



Advertorial

An advertisement that has the appearance of a news article or editorial, in a print publication

ऐसा विज्ञापन जो प्रिंट प्रकाशन में समाचार लेख या संपादकीय जैसा दिखाई देता है।

Adjacencies

Time periods **immediately before and after** a television program, normally used as a **commercial break** between programs.

Commercial announcements which are **next to, or adjacent to**, a program rather than in breaks within the main body of the program.

टीवी कार्यक्रम के तुरंत पहले और बाद का समय, आमतौर पर कार्यक्रमों के बीच विज्ञापन ब्रेक के रूप में उपयोग होता है। कार्यक्रम के मुख्य भाग के बीच ब्रेक में नहीं, बल्कि उसके पास (adjacent) दिए गए विज्ञापन।



Adjacency is a

Adjacency किसे कहा जाता है?



A

Ear Panel
ईयर पैनल

B

Index
इंडेक्स

C

Morgue
मॉर्ग

D

Commercial break
कमर्शियल ब्रेक



JRF Media Academy by Rohit

Rohit Yadav

PhD Scholar at
Central University of Rajasthan

JRF Media Academy



UGC-NET PAPER 1

FULL COURSE

✓ Let's Find Out Every Concept in Detail.



COMPLETE SYLLABUS – TOPIC WISE



LATEST PYQ's WITH DETAILED SOLUTIONS



TOPIC-WISE VIDEO LECTURES



HINDI & ENGLISH



MASS COMMUNICATION
PAPER 2

FULL COURSE



UGC-NET by **Rohit**

UGC-NET Paper 1 Complete Syllabus with
Latest PYQ's Solutions.

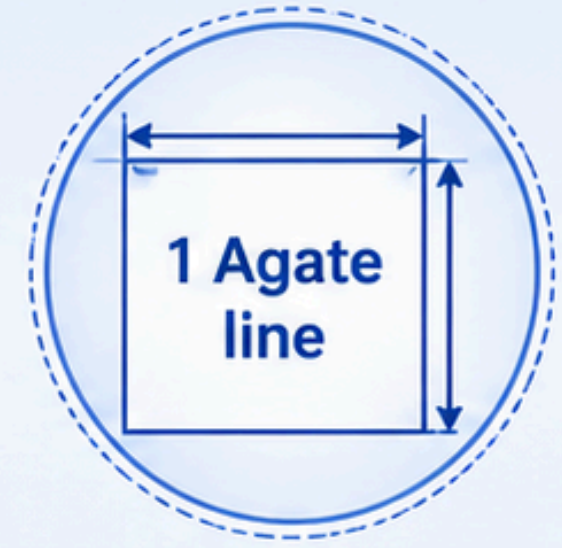


Agate line

in newspapers and magazines, standard unit of area used to calculate the cost of advertising space.

एगेट लाइन

समाचार पत्रों और पत्रिकाओं में, विज्ञापन स्थान की लागत की गणना करने के लिए उपयोग की जाने वाली क्षेत्र की मानक इकाई।



Bleed

Allowing a picture or ad to extend beyond the normal margin of a printed page, to the edge of the page.

ब्लीड

किसी चित्र या विज्ञापन को मुद्रित पृष्ठ के सामान्य मार्जिन से आगे, पृष्ठ के किनारे तक फैलाने की अनुमति देना।



Boutique

An agency that provides a limited service, such as one that does creative work but does not provide media planning, research, etc. Usually, this refers to a relatively small company.

बुटीक

एक ऐसी एजेंसी जो सीमित सेवा प्रदान करती है, जैसे कि केवल रचनात्मक कार्य करती है लेकिन मीडिया योजना, अनुसंधान आदि प्रदान नहीं करती। आमतौर पर, यह एक अपेक्षाकृत छोटी कंपनी को संदर्भित करता है।



JRF Media Academy by Rohit

The classification of Advertising Agencies

विज्ञापन एजेंसियों का वर्गीकरण



1.

Creative boutiques
क्रिएटिव बुर्टिकेस



2.

Reach
रीच



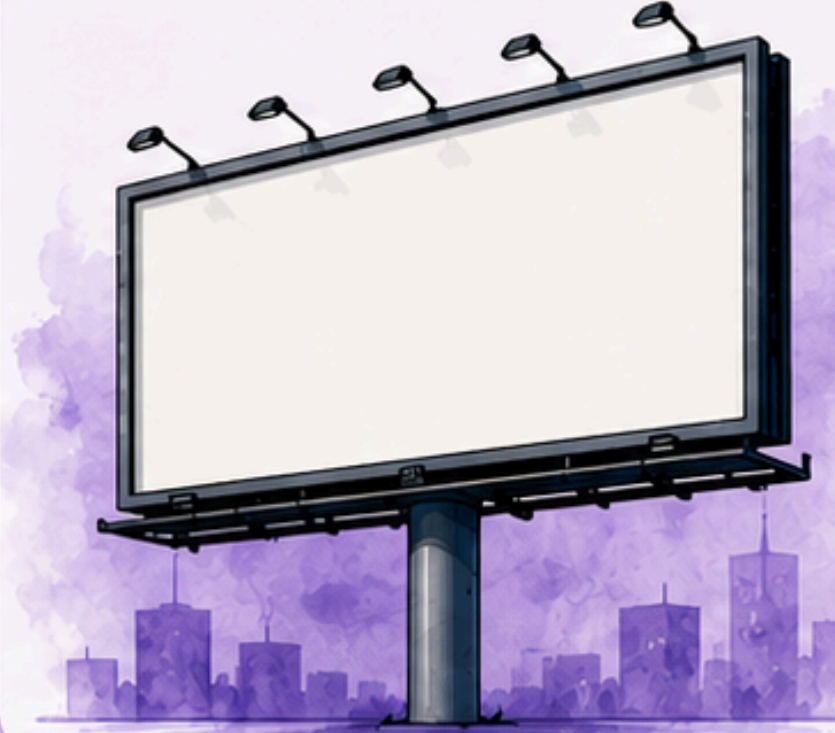
3.

Efficiency
एफिशिएंसी



4.

Hoardings
होर्डिप्स



JRF Media Academy by Rohit



Full-service agency

An agency handling all aspects of advertising from planning to placement, often including marketing communication like public relations and sales promotion.

फुल-सर्विस एजेंसी

एक एजेंसी जो विज्ञापन के सभी पहलुओं को प्लानिंग से लेकर प्लेसमेंट तक संभालती है, अक्सर इसमें पब्लिक रिलेशन्स और सेल्स प्रमोशन जैसी मार्केटिंग कम्युनिकेशन भी शामिल होती है।



Facing

Facing is the direction that an outdoor billboard unit faces or the cardinal direction that an OOH structure faces.

फेसिंग

फेसिंग वह दिशा है जिस ओर एक आउटडोर बिलबोर्ड यूनिट मुख करती है या वह कार्डिनल दिशा है जिस ओर एक OOH संरचना मुख करती है।



Collateral Materials

Sales brochures, catalogs, spec sheets, etc., generally delivered to consumers (or dealers) by a sales person rather than by mass media.

कोलेटल मटेरियल्स

सेल्स ब्रोशर, कैटलॉग, स्पेक शीट्स आदि, आमतौर पर कंज्युमर्स (या डीलर्स) को सेल्स पर्सन द्वारा दिए जाते हैं, न कि मास मीडिया द्वारा।



Classified advertising

Print advertising that is limited to certain classes of goods and services, and usually limited in size and content.

क्लासिफाइड एडवर्टाइजिंग

प्रिंट विज्ञापन जो कुछ निश्चित वर्गों के सामान और सेवाओं तक सीमित होता है, और आमतौर पर आकार और कंटेंट में सीमित होता है।



Copy

All spoken words or written text in an advertisement.

विज्ञापन में बोले गए सभी शब्द या लिखित पाठ।



Copy platform

A document outlining an advertising strategy, its rationale, and other related background information.

एक दस्तावेज़ जो विज्ञापन रणनीति, उसके तर्क और अन्य संबंधित पृष्ठभूमि जानकारी को रेखांकित करता है।



Copy platform refers to

A

Advertiser and product

विज्ञापनदाता और उत्पाद



B

Collaborative effort between client and agency

ग्राहक और एजेंसी के बीच सहयोगात्मक प्रयास



C

Client and service

ग्राहक और सेवा



D

Ad copy and print media

विज्ञापन पाठ और प्रिंट मीडिया



JRF Media Academy by Rohit

Cumes

- An abbreviation for net cumulative audience.
- Refers to the number of unduplicated people or homes in a broadcast program's audience within a specified time period.
- This term is used by A.C. Nielsen.

- यह शुद्ध संचयी दर्शक संख्या के लिए एक संक्षिप्त रूप है।
- यह किसी प्रसारण कार्यक्रम के दर्शकों में निश्चित समय अवधि के भीतर अद्वितीय लोगों या घरों की संख्या को संदर्भित करता है।
- इस शब्द का उपयोग A.C. Nielsen द्वारा किया जाता है।



Duplicated audience

That portion of an audience that is reached by more than one media vehicle.

दर्शकों का वह हिस्सा जो एक से अधिक मीडिया माध्यमों द्वारा पहुंचा जाता है।



Dailies/Rushes

This refers to unedited film. These are called Dailies because the film typically is viewed from a single day's shooting,

यह बिना संपादित की गई फिल्म को संदर्भित करता है। इन्हें Dailies इसलिए कहा जाता है क्योंकि फिल्म आमतौर पर एक ही दिन की शूटिंग से देखी जाती है,



Fringe time

A time period directly preceding and directly following prime time, on television.

टेलीविजन पर प्राइम टाइम से ठीक पहले और ठीक बाद की समय अवधि।

Direct marketing

Sending a promotional message directly to consumers rather than via a mass medium. This includes methods such as direct mail and telemarketing.

उपभोक्ताओं को बड़े माध्यम के बजाय सीधे प्रचार संदेश भेजना। इसमें डायरेक्ट मेल और टेलीमार्केटिंग जैसे तरीके शामिल हैं।



JRF Media Academy by Rohit



Gatefold

Double or triple-size pages, generally in magazines, that fold out into a large advertisement.

डबल या ट्रिपल-साइज़ पेज, आमतौर पर मैगजीन में, जो फोल्ड होकर एक बड़े विज्ञापन में बदल जाते हैं।



Infomercial

An infomercial is a longer-form video or television advertisement that acts as a stand-alone program to pitch a good or service with a call to action.

इन्फोमर्शियल एक लंबा वीडियो या टेलीविजन विज्ञापन होता है जो एक स्टैंड-अलोन प्रोग्राम की तरह काम करता है, जिससे किसी उत्पाद या सेवा को कॉल टू एक्शन के साथ प्रस्तुत किया जाता है।



Institutional advertising

- It is aimed at improving or repairing the reputation of a business as opposed to selling a product.
- Advertising promotes an institution or organization, rather than a product or service, to create public support and goodwill.

- इसका उद्देश्य किसी उत्पाद को बेचने के बजाय किसी व्यवसाय की प्रतिष्ठा को सुधारना या पुनर्स्थापित करना होता है।
- विज्ञापन किसी उत्पाद या सेवा के बजाय किसी संस्था या संगठन को बढ़ावा देता है, ताकि जनसमर्थन और सद्भावना बनाई जा सके।



Think different.



JRF Media Academy by Rohit

Retail advertising खुदरा विज्ञापन

Retail advertising is a form of marketing aimed at promoting products, services, or brands directly to consumers through various channels like print media, television, radio, online platforms, and in-store displays.

खुदरा विज्ञापन एक प्रकार का विपणन है जिसका उद्देश्य उत्पादों, सेवाओं या ब्रांडों को सीधे उपभोक्ताओं तक प्रिंट मीडिया, टेलीविजन, रेडियो, ऑनलाइन प्लेटफॉर्म और इन-स्टोर डिस्प्ले जैसे विभिन्न चैनलों के माध्यम से बढ़ावा देना है।

National advertising राष्ट्रीय विज्ञापन

Advertising which is aimed at a National Market, as opposed to Local Advertising.

विज्ञापन जो राष्ट्रीय बाजार को लक्ष्य बनाता है, स्थानीय विज्ञापन के विपरीत।



JRF Media Academy
by Rohit

Local advertising स्थानीय विज्ञापन

Advertising to a local merchant or business as opposed to regional or national advertising.

स्थानीय व्यापारी या व्यवसाय को विज्ञापन देना, क्षेत्रीय या राष्ट्रीय विज्ञापन के विपरीत।



Opticals ऑप्टिकल्स

Visual effects used to instill interest as well as portray mood and continuity to a commercial. Dissolves, Cross fades, and Montages are all opticals.

विशुअल इफेक्ट्स जो किसी विज्ञापन में रुचि पैदा करने के साथ-साथ मूड और निरंतरता को दर्शाने के लिए उपयोग किए जाते हैं। डिस्सॉल्व्स, क्रॉस फेड्स और मोंटाज सभी ऑप्टिकल्स होते हैं।



Wearout वियरआउट

The point at which an advertisement becomes less effective due to overexposure or audience fatigue.

वह बिंदु जहाँ विज्ञापन अत्यधिक एक्सपोजर या दर्शकों की थकान के कारण कम प्रभावी हो जाता है।



Integrated Marketing Communication (IMC)

- The theory that brand speaks with one voice across all platforms.
 - All aspects of marketing communication (e.g., advertising, sales promotion, public relations, and direct marketing) work together as a unified force, rather than permitting each to work in isolation.
- यह सिद्धांत कि ब्रांड सभी प्लेटफार्मों पर एक आवाज़ में बोलता है।
 - सभी प्रकार के मार्केटिंग कम्युनिकेशन (जैसे विज्ञापन, सेल्स प्रमोशन, पब्लिक रिलेशन्स और डायरेक्ट मार्केटिंग) एक साथ मिलकर एक एकीकृत शक्ति के रूप में काम करते हैं, न कि अलग-अलग।



Tools of Channels of IMC



Match List - I with List - II

List - I (Term) / सूची - I (शब्द)

List - II (Meanings) / सूची - II (अर्थ)

- A** Click Through Rate (CTR)
क्लिक क्षु रेट (CTR)
- B** Return on Investment (ROI)
निवेश पर प्रतिफल (ROI)
- C** Cost Per Acquisition (CPA)
प्रति अधिग्रहण लागत (CPA)
- D** Conversion Rate
रूपांतरण दर

- I** The percentage of visitors who take a desired action
वह प्रतिशत जिस्से आगंतुक कोई इच्छित कार्रवाई करते हैं
- II** The cost of acquiring a new customer
एक नए ग्राहक को प्राप्त करने की लागत
- III** The ratio of clicks to impressions on an advertisement
किसी विज्ञापन पर क्लिक की संख्या का इम्पेशन से अनुपात
- IV** The measure of a campaign's effectiveness in
generating profit compared to investment
निवेश की तुलना में लाभ उत्पन्न करने में किसी अभियान की प्रभावशीलता का माप



(1)

A-III, B-IV,
C-II, D-I

(2)

A-IV, B-III,
C-II, D-I

(3)

A-III, B-IV,
C-I, D-II

(4)

A-I, B-IV,
C-III, D-II



Q. Which of the following are online advertisement methods through which advertisers attempt to drive traffic to Internet sites?

निम्नलिखित में से कौन-सी ऑनलाइन विज्ञापन विधियाँ हैं जिनके माध्यम से विज्ञापनदाता इंटरनेट साइट्स पर ट्रैफिक बढ़ाने का प्रयास करते हैं?

(A)



Banner

(B)



CPM

(C)



SEO

(D)



CPC



The performance-based advertising is specific to

परफॉर्मेंस-आधारित विज्ञापन विशेष रूप से किससे संबंधित होता है?

(A)



print

(B)



online

(C)



radio

(D)



television



JRF Media Academy by Rohit



Performance Marketing



परफॉर्मेंस मार्केटिंग

1

It is also known as **pay-for-performance advertising**.

इसे पे-फॉर-परफॉर्मेंस एडवर्टाइजिंग के रूप में भी जाना जाता है।



2

It is a form of advertising in which the purchaser pays only when there are **measurable results**.

यह एक प्रकार का विज्ञापन है जिसमें खरीदार केवल मापनीय परिणाम होने पर ही भुगतान करता है।



3

ACTION

Its objective is to drive a **specific action**, and advertisers only pay when that action, such as an **acquisition** or **sale**, is completed.

इसका उद्देश्य एक विशिष्ट कार्रवाई को प्रेरित करना है, और विज्ञापनदाता केवल तब भुगतान करते हैं जब वह कार्रवाई, जैसे अधिग्रहण या बिक्री, पूरी हो जाती है।



PERFORMANCE MARKETING

It is being used in several industries.
इसका उपयोग कई उद्योगों में किया जा रहा है।



With the rise of the **Internet** and **emerging technologies**, **tracking user interactions** stemming from advertisements has become increasingly prevalent.

इंटरनेट और उभरती प्रौद्योगिकियों के बढ़ने के साथ, विज्ञापनों से उत्पन्न उपयोगकर्ता इंटरैक्शन को ट्रैक करना तेजी से प्रचलित होता जा रहा है।



Impression

Impressions are the total number of times your content is displayed, no matter if it was clicked or not

इम्प्रेसन आपकी सामग्री कुल कितनी बार दिखाई गई है, चाहे उस पर क्लिक किया गया हो या नहीं



Impression

Impressions are the total number of times your content is displayed, no matter if it was clicked or not

इम्प्रेसन आपकी सामग्री कुल कितनी बार दिखाई गई है, चाहे उस पर क्लिक किया गया हो या नहीं



Reach

Reach is the total number of people who see your content.

रीच वह कुल संख्या है जितने लोगों ने आपकी सामग्री को देखा है।



JRF Media Academy by Rohit

CPC

Cost Per Click



It is a metric that determines how much advertisers pay for the ads they place on websites or social media, based on the number of clicks the ad receives.

यह एक मीट्रिक है जो निर्धारित करता है कि विज्ञापनदाता वेबसाइटों या सोशल मीडिया पर लगाए गए विज्ञापनों के लिए कितनी राशि का भुगतान करते हैं, यह विज्ञापन को मिलने वाली क्लिक की संख्या पर आधारित होता है।



CPC Formula

$$\text{CPC} = \frac{\text{Total advertising cost}}{\text{\# of ad clicks}}$$

कुल विज्ञापन लागत
विज्ञापन क्लिक की संख्या



Based on Clicks
क्लिक पर आधारित



You Pay for
Each Click
प्रत्येक क्लिक पर
भुगतान



Measures
User Action
यूजर एक्शन को
मापता है



CPM

Cost Per Mille



is a pricing model and metric commonly used in marketing and advertising. Also called cost per thousand impressions, CPM refers to the total ad spend for every 1,000 impressions an ad receives.

यह एक मूल्य निर्धारण मॉडल और मीट्रिक है जो आमतौर पर मार्केटिंग और विज्ञापन में उपयोग किया जाता है। इसे cost per thousand impressions भी कहते हैं। CPM का अर्थ है प्रत्येक 1,000 इम्प्रेसन पर कुल विज्ञापन खर्च।



CPM Formula

$$\text{CPM} = \left[\frac{\text{Advertising cost}}{\text{Number of impressions}} \right] \times 1000$$

विज्ञापन लागत
इम्प्रेसन्स की संख्या



Based on
Impressions
इम्प्रेसन्स पर
आधारित



You Pay for
Every 1,000
Impressions
प्रत्येक 1,000 इम्प्रेसन पर
भुगतान



Measures
Ad Reach
विज्ञापन रीच
को मापता है



JRF Media Academy by Rohit



CPL

Cost per lead

प्रति लीड लागत

online advertising pricing model, where the advertiser pays for an explicit sign-up from a consumer interested in the advertiser's offer. It is also commonly called online lead generation.

ऑनलाइन विज्ञापन मूल्य निर्धारण मॉडल, जहाँ विज्ञापनदाता किसी रुचि रखने वाले उपभोक्ता से स्पष्ट साइन-अप के लिए भुगतान करता है। इसे आमतौर पर ऑनलाइन लीड जनरेशन भी कहा जाता है।



$$\text{CPL (Cost Per Lead)} = \frac{\text{Total Advertising Cost}}{\text{Number of Leads}}$$

CPA

Cost per acquisition or action

प्रति अधिग्रहण या कार्रवाई लागत

Cost incurred by an advertiser for a specific action, such as making a sale, generating a lead, or getting a user to complete a form

विज्ञापनदाता द्वारा किसी विशिष्ट कार्रवाई के लिए वहन की गई लागत, जैसे बिक्री करना, लीड जनरेंट करना, या उपयोगकर्ता से फॉर्म भरवाना



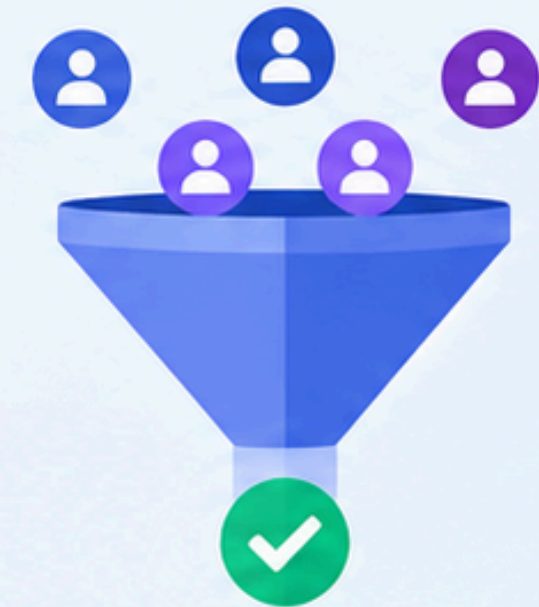
$$\text{CPA} = \frac{\text{Advertising Spend}}{\text{Acquisitions Generated}}$$

Conversion rate

रूपांतरण दर

A conversion rate records the percentage of users who have completed a desired action.

रूपांतरण दर उन उपयोगकर्ताओं का प्रतिशत रिकॉर्ड करती है जिन्होंने एक वांछित कार्रवाई पूरी की है।



$$\text{Conversion Rate} = \frac{\text{Number of Conversions}}{\text{Total Visitors}} \times 100$$



MATCH LIST - I WITH LIST - II



LIST - I (TERM)

- A.** Click Through Rate (CTR)
क्लिक थ्रू रेट (CTR) 
- B.** Return on Investment (ROI)
रिटर्न ऑन इन्वेस्टमेंट (ROI) 
- C.** Cost Per Acquisition (CPA)
कॉस्ट पर एक्विजिशन (CPA) 
- D.** Conversion Rate
कन्वर्जन रेट 

LIST - II (MEANINGS)

- I.** The percentage of visitors who take a desired action
वह प्रतिशत जो इच्छित कार्रवाई करते हैं 
- II.** The cost of acquiring a new customer
एक नए ग्राहक को हासिल करने की लागत 
- III.** The ratio of clicks to impressions on an advertisement
विज्ञापन में क्लिक और इम्पेशन का अनुपात 
- IV.** The measure of a campaign's effectiveness in generating profit compared to investment
इन्वेस्टमेंट की तुलना में प्रॉफिट की प्रभावशीलता 

1 A-III, B-IV,
C-II, D-I

2 A-IV, B-III,
C-II, D-I

3 A-III, B-IV,
C-I, D-II

4 A-I, B-IV,
C-III, D-II



★ JRF Media Academy *by Rohit* ★





Pay Per Click

प्रति क्लिक भुगतान

An online payment model where advertisers pay for each click through on their ad.

एक ऑनलाइन भुगतान मॉडल जहाँ विज्ञापनदाता अपने विज्ञापन पर प्रत्येक क्लिक के लिए भुगतान करते हैं।



Frequency

आवृत्ति

Term used to describe the number of times and ad is shown to the same visitor during a particular session or time-frame.

किसी विशेष सत्र या समय-सीमा के दौरान एक ही दर्शक को विज्ञापन कितनी बार दिखाया गया।

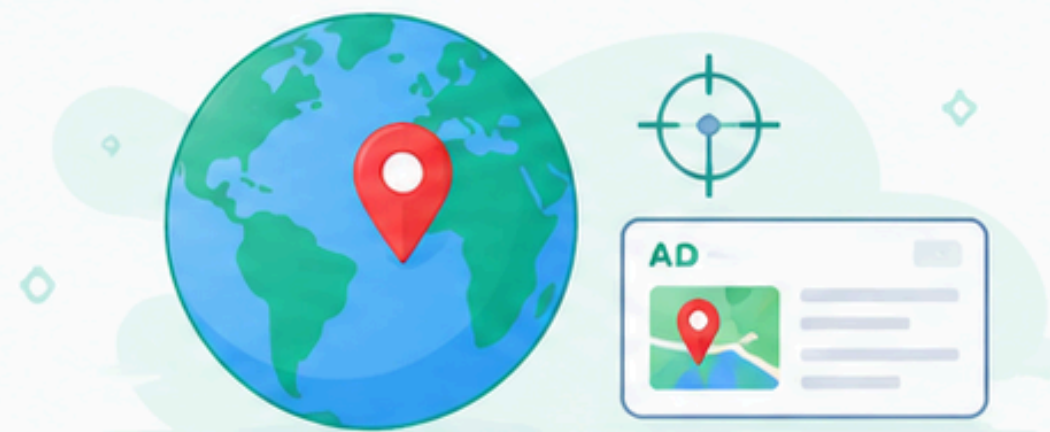


Geotargeting

भौगोलिक लक्ष्यीकरण

Showing ads or content based on the physical location of the user's internet access.

उपयोगकर्ता की इंटरनेट पहुंच के भौतिक स्थान के आधार पर विज्ञापन या सामग्री दिखाना।

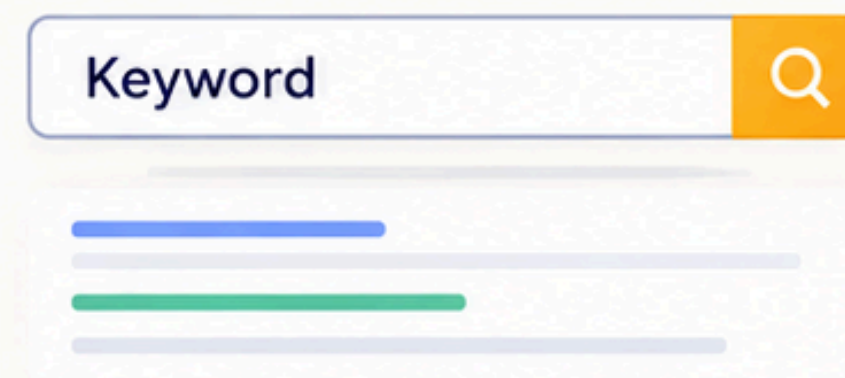


Keyword

कीवर्ड

A word or phrase entered into a search engine to receive matching and relevant results.

खोज इंजन में डाला गया शब्द या वाक्यांश ताकि मिलते-जुलते और प्रासंगिक परिणाम प्राप्त हो सकें।





SEO

सर्च इंजन ऑप्टिमाइज़ेशन

Search Engine Optimization is the practice of promoting a website by publishing content to attract a search engine's organic listings.

सर्च इंजन ऑप्टिमाइज़ेशन वह प्रक्रिया है जिसमें किसी वेबसाइट को बढ़ावा देने के लिए सामग्री प्रकाशित की जाती है ताकि उसे सर्च इंजन के ऑर्गेनिक लिस्टिंग में स्थान मिले।



SEM

सर्च इंजन मार्केटिंग

Search Engine Marketing is promoting a website through a search engine.

सर्च इंजन मार्केटिंग वह प्रक्रिया है जिसमें सर्च इंजन के माध्यम से किसी वेबसाइट को बढ़ावा दिया जाता है।



Demographics

जनसांख्यिकी

Information regarding the size and characteristics of a particular population of interest, such as age, gender, income, education, etc.

किसी विशेष जनसंख्या के आकार और विशेषताओं से संबंधित जानकारी, जैसे आयु, लिंग, आय, शिक्षा आदि।



Designated Market Areas (DMA)

नियुक्त बाजार क्षेत्र (DMA)

The geographical areas in which TV stations attract most of their viewers.

वे भौगोलिक क्षेत्र जिनमें TV स्टेशन अपने अधिकांश दर्शकों को आकर्षित करते हैं।

