



ADVERTISING HSSC-I SECTION – A (Marks 08)

Time allowed: 15 Minutes

Section – A is compulsory. All parts of this section are to be answered on this page and handed over to the Centre Superintendent.

Deleting/overwriting is not allowed.

Do not use lead pencil.

حصہ اول لازمی ہے۔ اس کے جوابات اسی صفحہ پر دے کر ناظم مرکز کے حوالے کریں۔ کاٹ کر دوبارہ
کھینچنے کی اجازت نہیں ہے۔ لیڈ پنسل کا استعمال ممنوع ہے۔

Version No.				
9	1	0	0	8

0	0	0	0	0
1	1	1	1	1
2	2	2	2	2
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
6	6	6	6	6
7	7	7	7	7
8	8	8	8	8
9	9	9	9	9

ROLL NUMBER						

0	0	0	0	0	0	0
1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6
7	7	7	7	7	7	7
8	8	8	8	8	8	8
9	9	9	9	9	9	9

Answer Sheet No. _____ Candidate's Sign. _____ Invigilator's Sign. _____

Fill the relevant bubble against each question:

S #	Question	A	B	C	D	A	B	C	D
1.	Media Planning primarily focuses on: میڈیا پلاننگ کا بنیادی مقصد کیا ہے	Product pricing مصنوعات کی قیمتوں کا تعین کرنا	Selecting communication channels ابلاغی چینلز کا انتخاب کرنا	Hiring staff عملہ کی بھرتی کرنا	Packaging design پیکجنگ ڈیزائن کرنا	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.	The Elaboration Likelihood Model (ELM) explains: ای ایل ایم ایل کس چیز کی وضاحت کرتا ہے؟	Printing press development پرینٹنگ پریس کی ترقی	Central & peripheral routes of persuasion قریبی اور محوری راستوں کے ذریعے ترغیب	Consumer emotions only صرف صارفین کے جذبات	Differences between demographic segments آبادیاتی طبقوں کے درمیان فرق	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.	Which of the following is an advanced advertising type ? جدید نوعیت کی ایڈورٹائزنگ ہے:	Newspaper ads اخبار کے اشتہارات	Influencer marketing انفلوینسر مارکیٹنگ	Radio jingles ریڈیو جنگلز	Bulletin boards بلٹین بورڈز	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.	Semiotics focuses on: سمیوٹکس پر توجہ مرکوز کرتی ہے؟	Budget calculations بجٹ کا حساب	Meaning of signs and symbols نشانوں اور علامتوں کا مطلب	Product engineering مصنوعات کی انجینئرنگ	Market logistics مارکیٹ کی لاجسٹکس	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



S #	Question	A	B	C	D	A	B	C	D
5.	Audience research in media planning helps to identify: میڈیا پلاننگ میں آڈینس تحقیق کس بات کی مدد کرتی ہے؟	Product texture مصنوعات کے ٹیکسچر کا تعین	Appropriate target demographic مناسب ہدف آبادی کی شناخت	Production cost قیمت کی پیداوار	Color theory رنگوں کا نظریہ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6.	Which advertising trend is associated with evolving technology? ایڈورٹائزنگ کی کون سی ٹرینڈ ٹیکنالوجی کی ترقی سے متعلق ہے؟	Traditional posters روایتی پوسٹر	Hand-written labels ہاتھ سے لکھی گئی لیبلز	Data-driven digital ads ڈیٹا پر مبنی ڈیجیٹل اشتہارات	Painted signboards پینٹ کی ہوئی سائن بورڈز	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7.	A key element of digital advertising is: ڈیجیٹل ایڈورٹائزنگ کا ایک اہم عنصر کیا ہے؟	Product stitching مصنوعات کا سلائی کرنا	Video ads on online platforms آن لائن پلیٹ فارمز پر ویڈیو اشتہارات	Door-to-door canvassing دروازے پر کیوننگ	Manual billboards دستی بل بورڈز	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.	Which enhances message interpretation in communication? ابلاغ میں پیغام کی تشریح کو کون سی چیز بہتر بناتی ہے؟	Ignoring body language جسمانی زبان کو نظر انداز کرنا	Mispronunciation غلط تلفظ	Understanding non-verbal cues غیر زبان اشاروں کو سمجھنا	Speaking rapidly تیز بولنا	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ADVERTISING HSSC-I



Time allowed: 2:15 Hours

Total Marks Section B & C: 32

Note: Answer all parts from Section 'B' and all questions from Section 'C' on the provided Sheet.

Write your answers on the allotted /given spaces

SECTION – B (Marks 20)

Q. 2	Attempt the following questions.	(10 × 2 = 20)	
(i)	Define advertising. ایڈورٹائزنگ کی تعریف کریں۔	2	OR
		2	OR
(ii)	What is message positioning? پیغام کی پوزیشننگ کیا ہے؟	2	OR
		2	OR
(iii)	Describe the significance of the printing press in advertising evolution. ایڈورٹائزنگ کے ارتقاء میں پرنٹنگ پریس کی اہمیت بیان کریں۔	2	OR
		2	OR
(iv)	Differentiate between central and peripheral routes of persuasion. قریبی اور محوری راستوں میں فرق بیان کریں۔	2	OR
		2	OR
(v)	What is the role of signs and symbols in ad interpretation? ایڈورٹائزنگ میں علامتوں اور نشانوں کا کردار کیا ہے؟	2	OR
		2	OR
(vi)	What is copywriting in advertising? ایڈورٹائزنگ میں کاپی رائٹنگ کیا ہے؟	2	OR
		2	OR
(vii)	How do rhetorical devices strengthen oral presentations? تقریریں میں بیانیہ آلات کا اشتہار کے لیے کیا اثر ہے؟ بیانیہ آلات نشریات کو کیسے مدد دیتے ہیں۔	2	OR
		2	OR
(viii)	What is influencer marketing? انفلوینسر مارکیٹنگ کیا ہے؟	2	OR
		2	OR
(ix)	State two emerging trends in digital advertising. ڈیجیٹل ایڈورٹائزنگ میں ابھرتی ہوئی ٹرینڈز کی وضاحت کریں۔	2	OR
		2	OR
(x)	Why is audience research important for media planning? میڈیا پلاننگ کے لیے آڈینس تحقیق کیوں اہم ہے؟	2	OR
		2	OR



SECTION – C (Marks 12)

Note: Attempt all questions. Marks of each question are given along with each question. (2 × 6 = 12)

Q. 3	Discuss the evolution of advertising from early eras to digital and AI-powered advertising. ابتداء سے ڈیجیٹل اور آرٹیفیشل انٹیلی جینس تک ایڈورٹائزنگ کے ارتقاء پر نوٹ لکھیں۔	6	OR	Explain the Elaboration Likelihood Model (ELM) in detail and its use in advertising. ایلوبریشن لائیکلی ہوڈ ماڈل اور اس کے ایڈورٹائزنگ میں استعمال کی وضاحت کریں۔	6
Q. 4	What is semiotics? Describe its role in shaping audience interpretation using examples. سمیوٹک کیا ہے؟ اس کا کردار ایڈورٹائزنگ میں آڈینس کی تشریح کو شکل دینے میں بیان کریں۔	6	OR	Describe the complete media planning process, including research, objectives, channel selection, budgeting, and evaluation. مکمل میڈیا پلاننگ بشمول اس کے مقاصد، چینل سلیکشن، بجٹنگ اور جائزہ بیان کریں۔	6