



Version No.				
9	1	0	0	8

ROLL NUMBER				
0	0	0	0	0

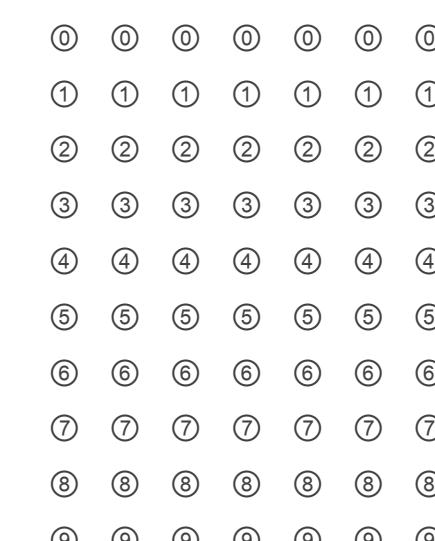
ADVERTISING HSSC-I SECTION – A (Marks 08)

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.

حتمہ اول لازمی ہے۔ اس کے جوابات اسی صفحہ پر دے کر ناظمِ مرکز کے حوالے کریں۔ کاٹ کر دوبارہ لکھنے کی اجازت نہیں ہے۔ ایڈ پیل کا استعمال منوع ہے۔



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 پلیننگ کا نیادی مقصد کیا ہے	Product pricing مصنوعات کی قیمتوں کا تینیں کرنا	Selecting communication channels ابلاغی چینلز کا انتخاب کرنا	Hiring staff عملہ کی بھرتی کرنا	Packaging design پیکیج ڈیزائن کرنا	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.	The Elaboration Likelihood Model (ELM) explains: ای ایل ایم ایم ال کس چیز کی وضاحت کرتا ہے؟	Printing press development پرنٹنگ پریس کی ترقی	Central & peripheral routes of persuasion قریبی اور محوری راستوں کے ذریعے ترغیب	Consumer emotions only صرف صارفین کے جنوبات	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 ایڈورنائزگنگ ہے:	Newspaper ads اخبار کے اشتہارات	Influencer marketing انفوینس مارکیٹنگ	Radio jingles ریڈیو جنگلز	Bulletin boards بیشن بورڈز	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.	Semiotics focuses on: سیو میکس پر توجہ مرکوز کرتی ہے؟	Budget calculations بجٹ کا حساب	Meaning of signs and symbols نشانوں اور علامتوں کا مطلب	Product engineering مصنوعات کی اگیورنگ	Market logistics مارکیٹ کی لاجیکس	<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 پلیننگ میں آئینیں تحقیق کس بات کی مدد کرتی ہے؟	Product texture مصنوعات کے یہ پھر کا تین	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? ایڈیورٹائزنگ کی کون سی ٹرینڈ ٹکنالوژی کی ترقی سے متعلق ہے؟	Traditional posters رواتی پوستر	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 ایڈیورٹائزنگ 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 کینوںگ	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 x 2 = 20)		
(i)	Define advertising. ایڈورٹائزنگ کی تعریف کریں۔	2	OR	Explain the role of audience identification in advertising. ایڈورٹائزنگ میں آڈینس کی شناخت کا کردار بیان کریں۔
(ii)	What is message positioning? پیغام کی پوزیشننگ کیا ہے؟	2	OR	How has advertising evolved across historical eras? ایڈورٹائزنگ کے مختلف ادوار میں ارتقاء کی وضاحت کریں؟
(iii)	Describe the significance of the printing press in advertising evolution. ایڈورٹائزنگ کے ارتقاء میں پرنٹ پریس کی اہمیت بیان کریں۔	2	OR	What is the central route in ELM? ای ایل ایم کام کریزی راستے کوں سا ہے؟
(iv)	Differentiate between central and peripheral routes of persuasion. ترمیٰ اور محوری راستوں میں فرق بیان کریں۔	2	O R	Define semiotics in advertising. ایڈورٹائزنگ میں سیمیوٹکس کی تعریف کریں۔
(v)	What is the role of signs and symbols in ad interpretation? ایڈورٹائزنگ میں علامتوں اور نشانوں کا کردار کیا ہے؟	2	OR	Explain cultural codes in semiotics. سیمیوٹکس میں ثقافتی کوڈز کی وضاحت کریں۔
(vi)	What is copywriting in advertising? ایڈورٹائزنگ میں کاپی رائٹنگ کیا ہے؟	2	OR	State two key elements of effective ad copy. مؤثر اشہاری کاپی کے دو اہم عناصر لکھیں
(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 بنتے ہیں۔	2	O R	Explain the importance of non-verbal cues in communication. ابلاغ میں غیر زبانی اشاروں کی اہمیت کو بیان کریں
(viii)	What is influencer marketing? انفلوئنسر مارکیٹنگ کیا ہے؟	2	OR	Define experiential marketing. تجرباتی مارکیٹنگ کی وضاحت کریں۔
(ix)	State two emerging trends in digital advertising. ڈیجیٹل ایڈورٹائزنگ میں ابھری ہوئی ٹرینڈز کی وضاحت کریں۔	2	OR	What is media planning? میڈیا پلیننگ کیا ہے۔
(x)	Why is audience research important for media planning? میڈیا پلیننگ کے لیے آڈینس تحقیق کیوں اہم ہے؟	2	OR	How does digital advertising differ from traditional advertising? ڈیجیٹل ایڈورٹائزنگ اور روایتی ایڈورٹائزنگ میں کیا فرق ہے۔



SECTION – C (Marks 12)

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

Q. 3	<p>Discuss the evolution of advertising from early eras to digital and AI-powered advertising.</p> <p>ابتداء سے ڈیجیٹل اور آر ٹینیشنل اٹیلی جیسیں تک ایڈورٹائزگ کے ارتقہ پر نوٹ لکھیں۔</p>	6	OR	<p>Explain the Elaboration Likelihood Model (ELM) in detail and its use in advertising.</p> <p>ایلوبریشن لائیکلی ہڈماؤں اور اس کے ایڈورٹائزگ میں استعمال کی وضاحت کریں۔</p>	6
Q. 4	<p>What is semiotics? Describe its role in shaping audience interpretation using examples.</p> <p>سمیوٹک کیا ہے؟ اس کا کردار ایڈورٹائزگ میں آڈیس کی تفہیق کو شکل دینے میں بیان کریں۔</p>	6	OR	<p>Describe the complete media planning process, including research, objectives, channel selection, budgeting, and evaluation.</p> <p>کامل میڈیا پلائانگ بیشول اس کے مقاصد، چیلن سلیکشن، بجڈگ اور جائزہ بیان کریں۔</p>	6