



ADVERTISING
Matric Tech (SSC-I)
SECTION – A (Marks 06)
Time allowed: 10 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.

Version No.				
9	1	0	1	0

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

حصہ اول لازمی ہے۔ اس کے جوابات اسی صفحہ پر دے کر نام مرکز کے حوالے کریں۔ کاٹ کر دوبارہ لکھنے کی اجازت نہیں ہے۔ لپڈ پینسل کا استعمال ممنوع ہے۔

Answer Sheet No. _____

Candidate's Sign. _____

Invigilator's Sign. _____

Q1. Fill the relevant bubble against each question:

	Question	A	B	C	D	A	B	C	D
i.	Advertising mainly aims to: اشتہار کا بنیادی مقصد کیا ہوتا ہے؟	Reduce customer awareness صارفین کی آگاہی کم کرنا	Influence attitudes and stimulate action روٹیوں پر اثر انداز ہونا اور عمل پر ابھارنا	Stop communication flow ابلاغ کے عمل کو روک دینا	Create confusion among consumers صارفین میں الجھن پیدا کرنا	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ii.	Which of the following is NOT a basic element of communication? درج ذیل میں سے کون سا عنصر ابلاغ کے بنیادی عناصر میں شامل نہیں؟	Sender ارسال کنندہ	Message پیغام	Gesture جسمانی اشارہ	Feedback تفاعل / جواب	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
iii.	The AIDA model ends with: AIDA ماڈل کا آخری مرحلہ کون سا ہے؟	Desire خواہش	Attention توجہ	Interest دلچسپی	Action عمل	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
iv.	Outdoor advertising is an example of: آؤٹ ڈور ایڈورٹائزنگ کس قسم کے اشتہارات کی مثال ہے؟	Digital advertising ڈیجیٹل اشتہارات	Broadcast advertising نشریاتی اشتہارات	Print advertising طباعتی اشتہارات	Out-of-home advertising گھر سے باہر کیے جانے والے اشتہارات	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Question	A	B	C	D	A	B	C	D
v.	Dividing customers based on lifestyle and interests is called: طرز زندگی، دلچسپیوں اور رویوں کی بنیاد پر صارفین کی درجہ بندی کون سی تقسیم کہلاتی ہے؟	Demographic segmentation آبادیاتی تقسیم	Behavioural segmentation رویاتی تقسیم	Geographic segmentation جغرافیائی تقسیم	Psychographic segmentation نفسیاتی تقسیم	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vi.	Scarcity as a persuasion principle means: ترغیب کے اصولوں میں "کمبابی" سے مراد کیا ہے؟	Showing everyone uses it سب کے استعمال کو دکھانا	Making the offer limited پیشکش کو محدود کرنا	Giving something for free مفت تحفہ دینا	Maintaining consistency تسلسل برقرار رکھنا	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



MODEL QUESTION PAPER ADVERTISING SSC-I

Time allowed: 2:20 Hours

Total Marks Section B & C: 24

Note: Answer any part from Section 'B' and attempt any two questions from Section 'C' on the separately provided answer book. Write your answers neatly legibly.

SECTION – B (Marks 20)

Q.2	Attempt ant Eight parts from the following. All parts carry equal marks. Be brief and to the point. (2x8=16)	
(i)	Define advertising.	اشتہار کی تعریف کریں۔
(ii)	Identify the basic elements of advertising.	اشتہار کے بنیادی اجزاء کون سے ہیں؟
(iii)	Explain the significance of visuals in an advertisement.	اشتہار میں بصری عناصر کی کیا اہمیت ہے؟
(iv)	Differentiate between non-verbal and written communication.	غیر زبانی اور تحریری ابلاغ میں فرق بیان کریں۔
(v)	Write two qualities of effective written communication.	موثر تحریری ابلاغ کی دو خصوصیات لکھیں۔
(vi)	What is the Hierarchy of Effects model?	ایفیکٹ ماڈل کا تنظیمی خاکہ کیا ہے؟
(vii)	Define market segmentation.	مارکیٹ کی تقسیم سے کیا مراد ہے؟
(viii)	Why is targeting important in advertising?	اشتہار میں ہدف بندی کیوں اہم ہے؟
(ix)	State the main objectives of advertising.	اشتہارات کے بنیادی مقاصد بیان کریں
(x)	What role did World Wars play in shaping modern advertising?	پہلی اور دوسری جنگ عظیم نے جدید اشتہارات پر کیا اثرات ڈالے؟
(xi)	What is verbal communication?	زبانی ابلاغ کیا ہے؟

SECTION – C (Marks 8)

Note: Attempt TWO questions. All question carry equal marks.

(2 × 4 = 8)

Q. 3	Explain the history and evolution of advertising	اشتہارات کی تاریخ اور ارتقاء کو تفصیل سے بیان کریں۔
Q. 4	Compare different types of advertising	مختلف اقسام کے اشتہارات کا تقابلی جائزہ پیش کریں۔
Q.5	Discuss importance of segmentation and targeting in advertising.	مارکیٹ کی تقسیم اور ہدف بندی کی اہمیت مثالوں کے ساتھ بیان کریں۔

