

भाग अ - परिचय			
कार्यक्रम : प्रमाण पत्र	कक्षा : प्रथम वर्ष	वर्ष : 2021	सत्र : 2021-22
विषय : प्रयोजनमूलक हिंदी (Functional Hindi), प्रश्न पत्र : प्रथम (वैकल्पिक)			
1	पाठ्यक्रम का कोड	A1-FHIN1G	
2	पाठ्यक्रम का शीर्षक	हिंदी और विज्ञापन व्यवसाय	
3	पाठ्यक्रम का प्रकार	जेनेरिक (Generic Elective)	
4	पूर्वपिक्षा (Prerequisite)	इस कोर्स का अध्ययन करने के लिए, छात्र ने किसी भी संकाय/विषय में कक्षा 12वीं अथवा समकक्ष परीक्षा उत्तीर्ण की हो। (Open for all)	
5	पाठ्यक्रम अध्ययन की परिलब्धियां (कोर्स लर्निंग आउटकम) (CLO)	<p>आज के वैश्वीकरण एवं बाजारवाद के दौर में विज्ञापन एक सशक्त माध्यम के रूप में उभर कर सामने आया है। विज्ञापन का क्षेत्र अत्यधिक व्यापक एवं बहुआयामी है। न केवल उत्पाद कंपनियों द्वारा वस्तु का प्रचार-प्रसार किया जा रहा है बल्कि जनकल्याण, शैक्षणिक संस्थाओं एवं सूचनाओं के प्रचार-प्रसार में भी विज्ञापनों की महती भूमिका है। हिन्दी आज बाज़ार की जरूरत बन गयी है। हिंदी बोलने-समझने वालों की संख्या में आशातीत वृद्धि होने के कारण विपणन-कंपनियों को अपने उत्पाद बेचने के लिए हिंदी में तैयार विज्ञापन की अत्यंत आवश्यकता है। हिंदी भाषा के माध्यम से विभिन्न जनसंचार माध्यमों में विज्ञापन व्यवसाय द्वारा रोजगार की अपार संभावनाएं हैं। विज्ञापन की अवधारणा, आवश्यकता, निर्देश व सिद्धांत, विज्ञापन-लेखन की रचना-प्रक्रिया से विद्यार्थी को परिचित कराना ही इस पाठ्यक्रम के अध्ययन-अध्यापन का प्रयोजन है।</p> <p><b>पाठ्यक्रम के अध्ययन से -</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. इस पाठ्यक्रम के अध्ययनोपरांत विद्यार्थी को प्रिंट मीडिया, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, विज्ञापन एजेंसियों व अन्य संस्थाओं में विज्ञापन-लेखन के माध्यम से रोजगार के अवसर उपलब्ध हो सकेंगे।</li> <li>2. विभिन्न प्रकार के विज्ञापनों से संबंधित स्लोगन, गीत, जिगल-लेखन, तुकांत कविता, रेखाचित्र, बैनर, पोस्टर, रंग-संयोजन, कैलेंडर-निर्माण आदि के कौशल का विकास विद्यार्थी में हो सकेगा।</li> <li>3. अपने देश समाज एवं क्षेत्र विशेष के उपभोक्ता की रुचि, क्रय-शक्ति एवं वस्तु की मांग से विद्यार्थी विज्ञापन-लेखन के दौरान परिचित होगा, जिससे उसमें विश्लेषण क्षमता का विकास हो सकेगा।</li> <li>4. विज्ञापन को तथ्यात्मक बनाने के लिए विद्यार्थी विभिन्न उत्पाद कंपनियों के उत्पादों की जानकारी प्राप्त करने का प्रयास करेगा जिससे उसमें तुलनात्मक एवं तार्किक विवेचन की क्षमता का विकास होगा, जिससे वह स्वयं का व्यवसाय आरंभ करने के लिए भी प्रेरित हो सकेगा।</li> <li>5. विज्ञापन-लेखन के अभ्यास से विद्यार्थी में कल्पनाशीलता, रचनात्मकता एवं भाषा के विविधता भरे कौशल की अभिवृद्धि होगी।</li> </ol>	
6	क्रेडिट मान	सैद्धान्तिक - 4	
7	कुल अंक	अधिकतम अंक : 25+75	न्यूनतम उत्तीर्ण अंक : 33

विश्वप्रवाल,

(डॉ. विष्णु कुमार अग्रवाल)



भाग ब - पाठ्यक्रम की विषयवस्तु		
व्याख्यान की कुल संख्या - ट्यूटोरियल - प्रायोगिक (प्रति सप्ताह घंटे में) : 3 घण्टे प्रति सप्ताह (L-T-P : 3-0-0)		
कुल व्याख्यान : 60		
इकाई	विषय (Topics)	व्याख्यान की संख्या
I	विज्ञापन: अर्थ, परिभाषा एवं विशेषताएं। विज्ञापन का उद्देश्य, आवश्यकता एवं महत्त्व। विज्ञापन और व्यापार का संबंध। विज्ञापन का इतिहास और विकास। विज्ञापन: कानून और आचार संहिता।	15
II	विज्ञापनों का वर्गीकरण, विज्ञापन के प्रमुख अंग और आधारभूत सिद्धान्त। विज्ञापन-निर्माण की प्रविधि : प्रारूप-निष्पादन, अभिकल्पना (डिजाइन) और अभिविन्यास (ले आउट)। विज्ञापन-भाषा की विशिष्टताएँ एवं भाषा-संरचना।	15
III	विज्ञापन के विविध माध्यम - मुद्रण माध्यम - समाचार पत्र, पत्रिकाएं। श्रव्य माध्यम - रेडियो, एफ.एम.रेडियो, मुनादी। दृश्य श्रव्य माध्यम - टी.वी., इंटरनेट, मोबाइल, सोशल मीडिया, ई-विज्ञापन। अन्य माध्यम - होर्डिंग, पोस्टर, बैनर, पर्चे, स्टीकर, प्रदर्शनी आदि।	15
IV	विज्ञापन के नए संदर्भ : प्रायोजित कार्यक्रम। विज्ञापन का उपभोक्ता बाजार एवं अर्थव्यवस्था पर प्रभाव। हिन्दी विज्ञापनों से जुड़ी प्रमुख एजेंसियों का परिचय। हिंदी भाषा के विकास में विज्ञापनों की भूमिका।	15
सार बिंदु (की वर्ड)/टैग : विज्ञापन, विज्ञापन-भाषा, मुद्रित माध्यम, दृश्य-श्रव्य माध्यम, सोशल मीडिया, ई-विज्ञापन, विज्ञापन एजेंसी, ले आउट, अभिकल्पना, डिजाइन		
भाग स - अनुशंसित अध्ययन संसाधन		
पाठ्य पुस्तकें, संदर्भ पुस्तकें, अन्य संसाधन		
अनुशंसित सहायक पुस्तकें/ग्रन्थ/अन्य पाठ्य संसाधन/पाठ्य सामग्री :		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. अग्रवाल, मधु - "भारतीय विज्ञापन में नैतिकता" - प्रकाशन विभाग, नई दिल्ली, सं-1995</li> <li>2. कुलश्रेष्ठ, डॉ. विजय - "जनसम्पर्क, प्रचार एवं विज्ञापन" - राजस्थान प्रकाशन, जयपुर, सं-2017</li> <li>3. कुलश्रेष्ठ, डॉ. विजय - "विज्ञापन : सिद्धांत और प्रयोग" - माया प्रकाशन मंदिर, जयपुर, सं-2018</li> <li>4. जेठवानी, जयश्री एवं अन्य - "विज्ञापन और जनसम्पर्क" - सागर पब्लिकेशन, नई दिल्ली।</li> <li>5. तिवारी, डॉ. रामचन्द्र - "विज्ञापन व्यवसाय एवं कला" - आलेख प्रकाशन, दिल्ली, सं-2008</li> <li>6. पाण्डेय, कैलाश नाथ - "विज्ञापन बाजार और हिंदी" - वाणी प्रकाशन, दिल्ली, सं-2018</li> <li>7. पाण्डेय, आशा - "हिन्दी विज्ञापनों की भाषा" - ब्लेकी एण्ड पब्लिशर्स प्रा.लि., दिल्ली, सं-1986</li> </ol>		

विश्वप्रकाश  
(डॉ. विश्व कुमार अग्रवाल)



8. पर्रीकर, आशुतोष - "हिंदी विज्ञापनों का पहला दौर"- अनन्य प्रकाशन, दिल्ली, सं-2017
9. महाजन, अशोक - "विज्ञापन" - हरियाणा साहित्य अकादमी, पंचकुला, सं-2010
10. मोहन, मनेन्द्र - "एडवरटायजिंग मैनेजमेंट" - मॅग्नोनिल एजुकेशन इंडिया, सं-2017
11. शर्मा, कुमुद - "विज्ञापन की दुनियाँ"- प्रभात प्रकाशन, दिल्ली, सं-2010
12. यादव, नरेन्द्र सिंह - "विज्ञापन तकनीक एवं सिद्धान्त" - हिन्दी ग्रंथ अकादमी, जयपुर, सं-2017
13. हटवाल, एकेश्वर प्रसाद - "विज्ञापन कला" - राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी, जयपुर, सं-1989

**अनुशंसित वेबसाइट एवं डिजिटल संपर्क-सूत्र :**

1. [www.ndl.iitkgp.ac.in](http://www.ndl.iitkgp.ac.in) (National Digital Library of India)
2. <http://www.cssttpublication.mhrd.gov.in/>
3. <https://ugcmoocs.inflibnet.ac.in/>
4. <http://ignou.ac.in/eGyankosh>
5. <https://ugcmoocs.inflibnet.ac.in/>
6. <https://www.swayamprabha.gov.in/>
7. [www.mgahv.in](http://www.mgahv.in)

**भाग द - अनुशंसित मूल्यांकन विधियां**

**अनुशंसित सतत मूल्यांकन विधियां:**

अधिकतम अंक : 100

सतत व्यापक मूल्यांकन (CCE) अंक : 25

विश्वविद्यालयीन परीक्षा (UE) : 75

आंतरिक मूल्यांकन :	क्लास टेस्ट	15
सतत व्यापक मूल्यांकन (CCE):	असाइनमेंट/प्रस्तुतीकरण (Presentation)	10
		<b>कुल अंक : 25</b>
आकलन :	अनुभाग (अ) : तीन अति लघु प्रश्न (प्रत्येक 50 शब्द)	03 x 03 = 09
विश्वविद्यालयीन परीक्षा	अनुभाग (ब) : चार लघु प्रश्न (प्रत्येक 200 शब्द)	04 x 09 = 36
समय : 02:00 घंटे	अनुभाग (स) : दो दीर्घ उत्तरीय प्रश्न (प्रत्येक 500 शब्द)	02 x 15 = 30
		<b>कुल अंक : 75</b>
अन्य कोई टिप्पणी/सुझाव :	निरंक	

विश्वविद्यालय  
(डॉ. विष्णु कुमार अग्रवाल)