

## एम.ए. (हिंदी) भाग - 2

### चतुर्थ सत्र

CBCS पेपर

पेपर नं.	कोड नं.	शीर्षक	L	CR	P/T	D	TP(E)	Int.	P/V	T
5 (B)	403702	विज्ञापन लेखन	4	4	-	2.5	75	25	-	100

#### उद्देश्य :

1. विज्ञापन लेखन के प्रति रुचि पैदा करना।
2. विज्ञापन लेखन की समझ पैदा करना।
3. विज्ञापन का समाज पर प्रभाव से परिचित कराना।

	Topics and details	No. of Lectures Assigned	Marks Assigned	Credit
ईकाई 1	<ul style="list-style-type: none"><li>• विज्ञापन : अवधारणा एवं स्वरूप</li><li>• विज्ञापनों का वर्गीकरण</li><li>• विज्ञापन का उद्देश्य</li><li>• उपभोक्तावादी संस्कृति और विज्ञापन</li></ul>	15	25	1
ईकाई 2	<ul style="list-style-type: none"><li>• विज्ञापन : एक कला</li><li>• विज्ञापनों की आचार संहिता</li><li>• विज्ञापन लेखन में नैतिकता</li><li>• चुनिंदा विज्ञापनों का आकलन</li></ul>	15	25	1
ईकाई 3	<ul style="list-style-type: none"><li>• विज्ञापन लेखन मुद्रित एवं श्रव्य माध्यम</li><li>• विज्ञापन की भाषा</li><li>• विज्ञापन लेखन की प्रक्रिया</li><li>• विज्ञापन की प्रस्तुति प्रक्रिया</li><li>• विज्ञापन लेखन-अभ्यास</li></ul>	15	25	1
ईकाई 4	<ul style="list-style-type: none"><li>• विज्ञापन लेखन : दृश्य श्रव्य माध्यम</li><li>• विज्ञापन की भाषा</li><li>• विज्ञापन लेखन की प्रक्रिया</li><li>• विज्ञापन की प्रस्तुति प्रक्रिया</li><li>• विज्ञापन लेखन-अभ्यास</li></ul>	15	25	1

## संदर्भ ग्रंथ :

1. विज्ञापन और ब्रांड - संजय सिंह वघेल , सस्ता साहित्य मण्डल प्रकाशन एन -77, पहली मंजिल , कनॉट सर्कल, नई दिल्ली 110001
2. विज्ञापन माध्यम एवं प्रचार - विजय कुलश्रेष्ठ, प्रतुल अथडियां, पंचशील प्रकाशन, जयपुर
3. विज्ञापनों का मसौदा लेखन - डॉ. रघुनाथ देसाई, चिंतन प्रकाशन
4. हिंदी विज्ञापन : परख और पहचान - डॉ. आर. जय चंद्रन, चिंतन प्रकाशन
5. आधुनिक विज्ञापन - प्रेमचंद पातंजलि, वाणी प्रकाशन, 20-A, दरियागंज, नई दिल्ली
6. हिंदी विज्ञापनों का पहला दौर - आशुतोष पार्थेश्वर, अद्वैत प्रकाशन
7. विज्ञापन की दुनिया - कुमुद शर्मा
8. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया और विज्ञापन - महेंद्र मल्होत्रा
9. हिंदी विज्ञापन संरचना और प्रभाव - डॉ. सुमित मोहन
10. जनसंपर्क एवं विज्ञापन : सिद्धांत और व्यवहार - एन. सी. पंत