



TDC SYLLUBUS (NEP- 2020)
HINDI
SECOND SEMESTER
SEC -151
Credit - 3
VIGYAPAN KLA AVAM TAKNEEK
विज्ञापन कला एवं तकनीक

उद्देश्य : इस प्रश्न-पत्र का उद्देश्य स्नातक के विद्यार्थियों को विज्ञापन कला एवं तकनीक से अवगत कराना है। विज्ञापन के विविध माध्यमों प्रिंट, रेडियो एवं टेलिविजन आदि के व्यावहारिक एवं तकनीकी पक्षों से परिचित कराना है।

उपलब्धि : इस पाठ्य क्रम के अध्ययन के बाद विद्यार्थी हिन्दी भाषा में विज्ञापन के स्वरूप और संरचना से परिचित होने के साथ-साथ विज्ञापन निर्माण की प्रक्रिया को विभिन्न माध्यमों के अनुरूप तकनीकी रूप से समझ सकेंगे।

इकाई –एक : विज्ञापन सामान्य परिचय

- 1.1– विज्ञापन के इतिहास और विकास का सामान्य परिचय।
- 1.2– विज्ञापन की परिभाषा एवं स्वरूप।
- 1.3– विज्ञापन का उद्देश्य। विज्ञापन की उपयोगिता , महत्व और प्रभाव।
- 1.4– विज्ञापन के प्रकार ।

इकाई –दो : विज्ञापन माध्यम

- 2.1— विज्ञापन के विविध माध्यमों का सामान्य परिचय : प्रिंट माध्यम, रेडियो माध्यम एवं टेलिविजन माध्यम।
- 2.2 – विज्ञापन के विविध माध्यमों (प्रिंट माध्यम, रेडियो माध्यम एवं टेलिविजन माध्यम) के गुण एवं सीमाएँ।

इकाई तीन : विज्ञापन की भाषा : स्वरूप और संरचना

- 3.1 – विज्ञापन की भाषा के गुण या विशेषताएँ।
- 3.2— विज्ञापन की भाषा का स्वरूप : विज्ञापन में प्रयुक्त होने वाले शब्दों की प्रकृति तथा शब्दों के अभिधात्मक, लाक्षणिक एवं व्यंजनार्थक प्रयोग।
- 3.3 – विज्ञापन में हिंदी पदबंधों का प्रयोग :संज्ञा, सर्वनाम, विशेषण, क्रिया एवं क्रिया विशेषण पदबंधों का प्रयोग।
- 3.4 – विज्ञापन में हिंदी वाक्यों (संरचना आधारित एवं अर्थ आधारित) के प्रयोग।

इकाई चार : विज्ञापन की भाषा के अन्य विविध पक्ष

- 4.1— विज्ञापन में भाषा के शैलीविज्ञानपरक प्रयोग : विचलन एवं समानान्तरता।
- 4.2 – विज्ञापन की भाषा में कोड— मिश्रण।
- 4.3 – विज्ञापन में सादृश्य विधान, अलंकारों, मानवीकरण का प्रयोग।
- 4.4 – विज्ञापन की भाषा में तुकान्तता और लयात्मकता।

इकाई पाँच : विज्ञापन – निर्माण

- 5.1 – विज्ञापन –निर्माण से पूर्व तैयारी तथा माध्यम का चयन। चयनित माध्यम के लिए कापी लेखन।
- 5.2 – प्रिंट मीडिया के लिए लिए विज्ञापन निर्माण का अभ्यास – ले आउट, ले आउट तैयार करते समय ध्यान रखने योग्य बातें तथा ले आउट संबंधी सिद्धान्त (अनुपात, गति, एकता, विरोध एवं संतुलन)।
- 5.3 – ले आउट के प्रमुख तत्व :- कापी एवं कापी अपील, शीर्ष पंक्ति, उपशीर्ष पंक्ति, विज्ञापन पाठ सामग्री, चित्र, व्यापारिक चिन्ह, हस्ताक्षर, सफेद जगह, सीमा रेखाएँ, विज्ञापन कथ्य एवं टाइप— विन्यास।

निर्देश :

1. इस प्रश्नपत्र का पाठ्यक्रम कुल पाँच इकाइयों में विभक्त है और इसके 03 क्रेडिट हैं।
2. यह पाठ्यक्रम कुल 100 अंकों का है। आंतरिक मूल्यांकन (CCA) के लिए 30 अंक तथा सेमेस्टर समाप्ति पर होने वाली मुख्य परीक्षा (ESE) के लिए 70 अंक निर्धारित हैं।
3. आंतरिक मूल्यांकन में न्यूनतम उत्तीर्णांक 12 अंक एवं मुख्य परीक्षा में न्यूनतम उत्तीर्णांक 28 अंक है। इस प्रकार संपूर्ण पाठ्यक्रम में न्यूनतम उत्तीर्णांक 40 अंक है। मुख्य परीक्षा की निर्धारित अवधि तीन घंटा है।
4. मुख्य परीक्षा के अंतर्गत प्रत्येक इकाई से दो-दो निबंधात्मक प्रश्न अथवा दीर्घ उत्तरीय प्रश्न दिये जायेंगे एवं प्रत्येक इकाई से दो-दो लघुउत्तरीय प्रश्न दिए जायेंगे।
5. परीक्षार्थी को प्रत्येक इकाई से एक-एक निबंधात्मक प्रश्न अथवा दीर्घ उत्तरीय प्रश्न का उत्तर लिखना होगा तथा एक-एक लघु उत्तरीय प्रश्न का उत्तर लिखना होगा। इस



प्रकार उसे कुल दस प्रश्नों के उत्तर देने होंगे। प्रत्येक दीर्घ उत्तरीय प्रश्न के लिए 10 अंक (5 X 10 =50) निर्धारित हैं तथा प्रत्येक लघु उत्तरीय प्रश्न के लिए 4 अंक (5 X 4 = 20) निर्धारित हैं।

संदर्भ ग्रंथ सूची : SEC -151 - विज्ञापन कला एवं तकनीक

1. डॉ. प्रेचंद पातंजलि – आधुनिक विज्ञापन , वाणी प्रकाशन, 21-ए, दरियागंज, नयी दिल्ली.02
2. मधु धवन – विज्ञापन कला, वाणी प्रकाशन, नयी दिल्ली –02
3. डॉ. रेखा सेठी – विज्ञापन डॉट काम, वाणी प्रकाशन, नयी दिल्ली–02
4. जनसंपर्क , प्रचार एवं विज्ञापन, विजय कुलश्रेष्ठ

TDC SYLLUBUS (NEP-2020)

IDC-151

Credit - 3

LOK SAHITYA

लोक साहित्य

उद्देश्य : इस प्रश्न-पत्र का उद्देश्य स्नातक के विद्यार्थियों को लोक की सभ्यता, संस्कृति, रीति, नीति, कला, साहित्य के आलोक में परंपरागत ज्ञान के सैद्धांतिक और व्यावहारिक पक्षों का विश्लेषणात्मक परिचय कराना है।

उपलब्धि : इस पाठ्य क्रम के अध्ययन के बाद विद्यार्थी लोक साहित्य की अवधारणा व स्वरूप के साथ-साथ लोक कथा, लोक नाटक, लोक गीत, लोक सुभाषित की प्रकृति से परिचित हो पाएंगे।