GJMC S6 02 (M/P)
Exam Code: JMP 6A

বিজ্ঞাপন আৰু জনসম্পর্ক
ষষ্ঠ ষাণ্মাসিক

সাংবাদিকতা আৰু গণসংযোগ

খণ্ড ঃ ১

কৃষ্ণকান্ত সন্দিকৈ ৰাজ্যিক মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়

বিষয় বিশেষজ্ঞ মণ্ডলী

অধ্যাপক কে.ভি. নাগৰাজ, প্ৰাক্তন অধ্যাপক, গণসংযোগ বিভাগ, মিজোৰাম বিশ্ববিদ্যালয়
অধ্যাপক অভিজিৎ বৰা, মুৰব্বী, গণসংযোগ আৰু সাংবাদিকতা বিভাগ, তেজপুৰ বিশ্ববিদ্যালয়
অধ্যাপক খ. কাবি, মুৰব্বী, গণসংযোগ বিভাগ, ৰাজীৱ গান্ধী বিশ্ববিদ্যালয়, অৰুণাচল প্ৰদেশ
ড° অংকুৰণ দত্ত, সহযোগী অধ্যাপক আৰু মুৰব্বী, সংযোগ আৰু সাংবাদিকতা বিভাগ, গুৱাহাটী বিশ্ববিদ্যালয়

সমন্বয়ৰক্ষী

ড° তৃষা দুৱৰা বৰুৱা,সহকাৰী অধ্যাপক, কৃষ্ণকান্ত সন্দিকৈ ৰাজ্যিক মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়
ড° জুৰি হাজৰিকা,সহকাৰী অধ্যাপক, কৃষ্ণকান্ত সন্দিকৈ ৰাজ্যিক মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়

প্ৰস্তুতি গোটৰ সদস্য

অধ্যায়	প্ৰস্তুতি গোটৰ সদস্য	ভাষান্তৰকাৰী
১,৪,৮	ড° সুৰভি কৌল এচ বি কে এম এচ এন এম আই এম এচ, নৰি মুম্বাই চৌহদ স্বৰ্গীয়া ড° অনামিকা ৰয় গুৱাহাটী বিশ্ববিদ্যালয় মধুস্মিতা বৰুৱা তেজপুৰ বিশ্ববিদ্যালয়	গীতাঞ্জলি মেধি, কৃকাসৰামুবি (অধ্যায় ১,৩,৪,৬,৭)আৰু ৮ ২,৩,৫,৬ স্বৰ্গীয়া ড° অনামিকা ৰয় (অধ্যায় ২,৫)

সম্পাদনা গোটঃ

বিষয়বস্তু (ইংৰাজী সংস্কাৰণ)	ঃ	অধ্যাপক এইছ .পি. এছ. ৰালিয়া, পঞ্জাৱ বিশ্ববিদ্যালয়
ভাষা (ইংৰাজী সংস্কাৰণ)	ঃ	ড° জুৰি হাজৰিকা, কৃষ্ণকান্ত সন্দিকৈ ৰাজ্যিক মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়
(অসমীয়া সংস্কৰণ)	ঃ	ড° জুৰি হাজৰিকা, কৃষ্ণকান্ত সন্দিকৈ ৰাজ্যিক মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়
গাঁথনিক সম্পাদনা	ঃ	ড° জুৰি হাজৰিকা, কৃষ্ণকান্ত সন্দিকৈ ৰাজ্যিক মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়

January, 2020

ISBN : 978-93-89955-34-7

This Self Learning Material (SLM) of the Krishna KantaHandiqui State Open University is made available under a Creative Commons Attribution-Non Commercial-Share Alike 4.0 License (international): http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/

Printed and published by Registrar on behalf of the Krishna KantaHandiqui State Open University

Head Office :Patgaon, Rani Gate, Guwahati – 781017; Web : www.kkhsou.in/web_new

City Office :Housefed Complex, Dispur, Guwahati – 781006

এই শিক্ষণ সামগ্ৰী প্ৰস্তুতিৰ বাবে আৰ্থিক অনুদান আগবঢ়োৱা **নতুন দিল্লীৰ দূৰ শিক্ষা পৰিষদৰ** ওচৰত বিশ্ববিদ্যালয় কৃতজ্ঞ

হাউচ্‌ফেড কমপ্লেক্স, দিচপুৰ, গুৱাহাটী - ৭৮১০০৬

Web : www.kkhsou.org

বিষয়সূচী

পৃষ্ঠা নং

অধ্যায় ১ ঃ বিজ্ঞাপনৰ ধাৰণা ৭-১৮

বিজ্ঞাপনৰ পৰিচয়ঃ ধাৰণা, উদ্দেশ্য, বিজ্ঞাপনৰ কার্যাৱলী, বিজ্ঞাপনৰ চমু ইতিহাস

অধ্যায় ২ ঃ বিজ্ঞাপনৰ শ্রেণীবিভাজন ১৯-৩০

বিজ্ঞাপনৰ শ্রেণীবিভাজন- কার্যসম্পাদনৰ ভিত্তিক, অঞ্চল ভিত্তিক, লক্ষ্য বজাৰ ভিত্তিক, কোম্পানীৰ চাহিদা ভিত্তিক, প্রত্যাশিত সঁহাৰি ভিত্তিক, বিজ্ঞাপন জাৰি কৰিবলৈ ব্যৱহৃত প্রচাৰ মাধ্যমৰ প্রকাৰ অনুসৰি কৰা শ্রেণীবিভাজন

অধ্যায় ৩ ঃ বিজ্ঞাপনৰ উপাদান ৩১-৪৮

বিজ্ঞাপনৰ মৌলিক উপাদান- শ্লোগান, শিৰোনাম, উপ-শিৰোনাম, চিত্রৰ সহায়ত কৰা ব্যাখ্যা, প্রতিলিপি, সামগ্রী, ট্রেডমার্ক (বাণিজ্যিক প্রতীক)

অধ্যায় ৪ ঃ বিজ্ঞাপনৰ আর্হি ৪৯-৬১

এ আই ডি এ আর্হি, ডি এ জি এম এ আৰ আর্হি, প্রভাৱ আর্হিৰ লেভিড্ঝ আৰু ষ্টেইনার্চৰ পদানুক্রম, আর্হিবোৰৰ সমালোচনা

অধ্যায় ৫ ঃ বিজ্ঞাপন মাধ্যম ৬২-৭৬

ধাৰণা, উপযুক্ত মাধ্যম বাছনিৰ কাৰক, মাধ্যম বাছনিৰ সমস্যা, জন সম্পর্ক ৰক্ষাকাৰী বিজ্ঞাপন, বিজ্ঞাপন মাধ্যমৰ শ্রেণীবিভাজন- ছপা, দৃশ্য-শ্রব্য, বহিঃ আৰু যাতায়াত ব্যৱস্থাত ব্যৱহৃত মাধ্যম, আভ্যন্তৰীণ মাধ্যম

অধ্যায় ৬ ঃ বিজ্ঞাপন সংস্থা ৭৭-৯২

ধাৰণা, ইতিহাস, বিজ্ঞাপন সংস্থাৰ প্রকাৰ, সাংগঠনিক সংৰচনা, বিজ্ঞাপন পৰিচালক, বিজ্ঞাপন পৰিচালকৰ কর্তব্য আৰু দায়িত্ব, তেওঁৰ গুণসমূহ

অধ্যায় ৭ ঃ বিজ্ঞাপন পৰিকল্পনা ৯৩-১০৯

কৌশলপূর্ণ পৰিকল্পনা, বিজ্ঞাপন পৰিকল্পনা, লক্ষ্য গ্রাহক, বিজ্ঞাপন আৰু বিপণনৰ সংমিশ্রণ, প্রচাৰ মাধ্যম ক্রয় আৰু বিজ্ঞাপনৰ স্থান বিক্রীৰ ধাৰণা।

অধ্যায় ৮ ঃ বিজ্ঞাপন প্রতিলিপি লিখাৰ কলা ১১০-১২৪

বিজ্ঞাপন প্রতিলিপিৰ ধাৰণা, প্রতিলিপি লিখাৰ কৌশল, ৰেডিঅ'ৰ বাবে প্রতিলিপি লিখন, টেলিভিছনৰ বাবে প্রতিলিপি লিখন, কথাছবিৰ বাবে প্রতিলিপি লিখন

পাঠ্য বিষয়ৰ পৰিচয়

বিজ্ঞাপন হ'ল ধন পৰিশোধৰ জৰিয়তে কৰা সামগ্ৰী, সেৱা অথবা ধাৰণাৰ পৃষ্ঠপোষকতাকাৰী ঘোষণা। বিজ্ঞাপনৰ লক্ষ্য হ'ল সাধাৰণ ৰাইজক পতিয়ন নিওৱা অথবা তথ্য জনোৱা। ই সাধাৰণ লোকক কোনো বস্তু কিনিবলৈ আগ্ৰহী কৰি তুলিব পাৰে, কোনো বিশেষ ব্ৰেণ্ড সম্পৰ্কে সজাগতাৰ সৃষ্টি কৰিব পাৰে অথবা দুবিধ একে ধৰণৰ সামগ্ৰীৰ মাজৰ পাৰ্থক্যৰ কথা সদৰি কৰিব পাৰে। এটা বিজ্ঞাপনৰ সৈতে দুটা প্ৰধান উপাদান জড়িত হৈ থাকে-বাৰ্তা আৰু বিজ্ঞাপন প্ৰচাৰ কৰাৰ মাধ্যম। কোনো এক সংগঠনৰ মুঠ বিপণন কৌশলৰ এটা অংশ হ'ল বিজ্ঞাপন।'জনসম্পৰ্ক'ক চমুকৈ PR নামেৰে জনা যায়। ই এক নৱউত্থিত অধ্যয়ন ক্ষেত্ৰ। সমাজত জনসম্পৰ্কৰ ভূমিকা অবিৰতভাৱে বৃদ্ধি পাবলৈ ধৰিছে। বজাৰৰ চৰিত্ৰ বহুমুখী হৈ পৰাৰ লগে লগে জনসম্পৰ্কৰ গুৰুত্বও দিনে দিনে বাঢ়ি গৈছে। একে সময়তে, জনসম্পৰ্কই এটা বৃত্তি হিচাপে অহৰহ নতুন প্ৰত্যাহ্বানৰ মুখামুখি হৈ আছে। নব্য মাধ্যমৰ বহুল প্ৰচলন ঘটা যুগৰ জটিল আৰু বৈচিত্ৰ্যময় সমাজত সৃষ্টি হোৱা সংযোগৰ নতুন পন্থা বিকশাই তোলাৰ প্ৰয়োজনীয়তাই জনসম্পৰ্কৰ গুৰুত্ব বঢ়াই তুলিছে।

এই পাঠ্যবিষয়টোৱে আপোনাকজন সম্পৰ্ক আৰু বিজ্ঞাপনৰ বিভিন্ন দিশৰ সৈতে পৰিচয় কৰাই দিব। ইয়াতজনসম্পৰ্ক াৰু বিজ্ঞাপনৰ প্ৰকৃতি, পৰিসৰ আৰু ধাৰণা সম্পৰ্কে আলোচনা কৰা হৈছে। ইয়াৰ লগতে আমি আপোনাক এটা বিজ্ঞাপন কোম্পানীৰ কৰ্তব্য, কাৰ্য্যৱলী আৰু দায়িত্বৰ বিষয়ে জনোৱাৰো প্ৰয়াস কৰিছো। এই পাঠ্যবিষয়টোক প্ৰথম আৰু দ্বিতীয় এই দুটা খণ্ডত ভাগ কৰা হৈছে। প্ৰথম খণ্ডত আঠ টা আৰু দ্বিতীয় খণ্ডত সাতটা অধ্যায় সন্নিৱিষ্ট কৰা হৈছে।

খণ্ড পৰিচয়

'বিজ্ঞাপন আৰু জনসম্পৰ্ক' শীৰ্ষক পাঠ্যবিষয়টোৰ এইটো হ'ল প্ৰথম খণ্ড। ইয়াত মুঠ আঠটা অধ্যায় সন্নিৱিষ্ট কৰা হৈছে। প্ৰথম অধ্যায়টি পঢ়ি আপুনি বিজ্ঞাপনৰ ধাৰণা, উদ্দেশ্য আৰু কাৰ্যাৱলী সম্পৰ্কে অৱগত হ'ব। লগতে অধ্যায়টিত বিজ্ঞাপনৰ চমু ইতিহাসো উল্লেখ কৰা হৈছে। দ্বিতীয় অধ্যায়ত কাৰ্যাৱলী, অঞ্চল, লক্ষ্য বজাৰ, কোম্পানীৰ চাহিদা, প্ৰত্যাশিত সঁহাৰি আৰু বিজ্ঞাপন জাৰি কৰাৰ বাবে ব্যৱহৃত প্ৰচাৰ মাধ্যমৰ প্ৰকাৰ আদিৰ ভিত্তিত কৰা বিজ্ঞাপন শ্ৰেণীবিভাজনাৰ বিষয়ে পঢ়িবলৈ পাব। তৃতীয় অধ্যায়ত আপেনাক বিজ্ঞাপনৰ মৌলিক উপাদান, যেনে- শ্লোগান, শিৰোনাম, উপ-শিৰোনাম, চিত্ৰৰ সহায়ত কৰা ব্যাখ্যা, বিজ্ঞাপন প্ৰতিলিপি, সামগ্ৰী, বাণিজ্যিক প্ৰতীক চিহ্ন আদিৰ সৈতে পৰিচয় কৰাই দিয়া হ'ব। চতুৰ্থ অধ্যায়ৰ আলোচনাৰ বিষয় হ'ল এ আই ডি এ, ডিএ জি এম এ আৰ, প্ৰভাৱ আৰ্হিৰ লেভিড্ঝ আৰু ষ্টেইনাৰ্চৰ পদানুক্ৰম আদিৰ দৰে দুটামান বিশেষ বিজ্ঞাপন আৰ্হি আৰু এই আৰ্হিবোৰৰ সমালোচনা। পঞ্চম অধ্যায়টি পঢ়ি আপুনি বিজ্ঞাপন মাধ্যমৰ ধাৰণা আৰু উপযুক্ত মাধ্যম তথা মাধ্যম বাছনিৰ কাৰক সম্পৰ্কে জানিব পাৰিব। এই অধ্যায়টিত মাধ্যম বাছনিৰ সমস্যা, জনসম্পৰ্ক ৰক্ষী বিজ্ঞাপন আৰু বিজ্ঞাপনৰ শ্ৰেণীবিভাগ সম্পৰ্কেও আলোচনা কৰা হৈছে। বিজ্ঞাপন সংস্থাৰ ধাৰণা, ইতিহাস, প্ৰকাৰ আৰু এনেবোৰ এজেন্সীৰ সাংগঠনিক সংৰচনাটো হ'ল ষষ্ঠ অধ্যায়ৰ আলোচনাৰ বিষয়। ইয়াত বিজ্ঞাপন পৰিচালক, তেওঁৰ দায়িত্ব আৰু থাকিবলগীয়া গুণসমূহৰ বিষয়েও আলোচনা কৰা হৈছে। এই খণ্ডটোৰ সপ্তম অধ্যায়ত আলোচনাৰ বাবে গ্ৰহণ কৰা বিষয়বোৰ হ'ল বিজ্ঞাপন পৰিকল্পনা, কৌশল, লক্ষ্য গ্ৰাহক, বিজ্ঞাপন-বিপণনৰ সংমিশ্ৰণ, প্ৰচাৰ মাধ্যম ক্ৰয় আৰু বিজ্ঞাপন প্ৰচাৰ বাবে স্থান বিক্ৰীৰ নিয়ম ইত্যাদি। অষ্টম অধ্যায়ত বিজ্ঞাপন প্ৰতিলিপিৰ ধাৰণা আৰু প্ৰতিলিপি লিখাৰ কৌশল বহলাই আলোচনা কৰা হৈছে।

এই পাঠ্যবিষয়টো পঢ়ি যাওঁতে কিছুমান পৃষ্ঠাত আপুনি কেইটামান পাৰ্শ্ববাকচ দেখিব। বাকচবোৰ পাঠৰ সোঁফালে নাইবা বাওঁফালে দিয়া আছে। বাকচবোৰত পাঠত উল্লেখ কৰা কিছুমান বিশেষ শব্দ আৰু ধাৰণাৰ ব্যাখ্যা দিয়া আছে। ইয়াৰ উপৰি প্ৰতিটো অধ্যায়তে 'অনুশীলন' আৰু 'অগ্ৰগতি নিৰীক্ষণ' শিতান দুটাৰ অধীনত কিছুমান দীঘল আৰু চমু প্ৰশ্ন দিয়া হৈছে।অনুশীলনে আপোনাৰ চিন্তাশক্তি বৃদ্ধি কৰিব। কাৰণ এই শিতানত থকা প্ৰশ্নবোৰ পোনপটীয়াকৈ পাঠৰ পৰা তুলি দিয়া হোৱা নাই। চমু প্ৰশ্নবোৰৰ উত্তৰ 'অগ্ৰগতিৰ খতিয়ান' শিতানত পাব। অধ্যায়ৰ সামৰণিতে 'আৰ্হি প্ৰশ্ন' শিতানত পাঠৰ সৈতে সম্পৰ্ক থকা প্ৰশ্ন কেইটামান দিয়া হৈছে। প্ৰশ্নকেইটা আপোনাক পৰীক্ষাত আহিব পৰা সম্ভাব্য বিষয়বোৰৰ অধ্যয়নত মনোযোগ দিয়াত সহায় কৰিব যাতে আপুনি আত্মবিশ্বাস সহকাৰে পৰীক্ষাৰ বাবে প্ৰস্তুত হ'ব পাৰে।