

Course and Year: B.A. (H), HINDI, 2ND YEAR

Semester: 3RD SEM

Taught individually or shared: SHARED

Paper: SEC - विज्ञापन और हिंदी भाषा

Faculty: डॉ. शगुन अग्रवाल (यूनिट 2 और 3) और डॉ. प्रेमशंकर पाण्डेय (यूनिट 1 और 4)

No. of Classes (per week): 2 & 2

Teaching Plan

Readings (in APA format)

यूनिट 1 :-

Readings prescribed in the syllabus for each Unit :-

1. विज्ञापन की दुनिया - कुमुद शर्मा, प्रभात प्रकाशन, संस्करण 2010
2. विज्ञापन डॉट कॉम - रेखा सेठी, वाणी प्रकाशन, नयी दिल्ली, संस्करण 2012
3. डिजिटल युग में विज्ञापन - सुधा सिंह, जगदीश्वर चतुर्वेदी, नेहा पब्लिशर एंड डिस्ट्रीब्यूटर, संस्करण 2010
4. जनसंचार माध्यम : भाषा और साहित्य- सुधीश पचौरी, नटराज प्रकाशन, नई दिल्ली, संस्क. 2009
5. जनसंपर्क, प्रचार एवं विज्ञापन- विजय कुलश्रेष्ठ, राजस्थान प्रकाशन, जयपुर, सं.-2017
6. मीडिया की भाषा - वसुधा गाडगीळ- अध्ययन प्रकाशन , नई दिल्ली

Readings, e- references to be given to students but not prescribed in the syllabus (if any) for each Unit:-

1. विज्ञापन भाषा और संरचना - डॉ. रेखा सेठी, वाणी प्रकाशन, नयी दिल्ली, प्रथम संस्करण 2016
2. हिंदी भाषा, मीडिया और सर्जनात्मक लेखन - डॉ. मीना शर्मा, के.एल.पचौरी प्रकाशन, गाजियाबाद, संस्करण 2015
3. मीडिया लेखन - सिद्धान्त और व्यवहार - डॉ. चन्द्रप्रकाश मिश्र, संजय प्रकाशन, नयी दिल्ली, संस्करण 2013
4. विज्ञापन और हिंदी भाषा - डॉ. नरेन्द्र कुमार 'संत', श्रीनटराज प्रकाशन, नयी दिल्ली, संस्करण 2016
5. जनसंचार - डॉ. हरीश अरोड़ा, युवा साहित्य चेतना मंडल, नयी दिल्ली, संस्करण 2013 इत्यादि

यूनिट 1 – अगस्त – सितम्बर -

- आर्थिक संरचना में बदलाव के साथ बाजारवाद की बढ़ती भूमिका पर एक सामान्य चर्चा
- विभिन्न परिप्रेक्ष्यों आर्थिक, राजनीतिक, सामाजिक जीवन में बदलाव और विज्ञापन की बढ़ती भूमिका की चर्चित विज्ञापनों के माध्यम से चर्चा
- सूचनाओं क्रांति के युग में सूचनाओं की बढ़ती भूमिका और एक प्रभावशाली सूचना स्रोत/ माध्यम के रूप में विज्ञापन की भूमिका की भी चर्चा
- साथ ही भूमण्डलीकरण और मीडिया की भूमिका की भी चर्चा
- विज्ञापन के बदलते चरित्र और भूमिका की चर्चा
- व्यावसायिक और रचनात्मक माध्यम के रूप में विज्ञापन
- समय, समाज, संस्कृति, जीवन-जगत, रिवाजों और भाषा के संदर्भों की चर्चा
- विज्ञापन शब्द की व्याख्या और परिभाषाओं के द्वारा विस्तृत विवेचना

अक्टूबर –

- बाजार और उद्योग के संदर्भ में विज्ञापन के महत्व और उपयोगिता पर चर्चा
- उत्पादक-उपभोक्ता के बदलते संबंधों पर चर्चा

- प्रतियोगी माहौल और विज्ञापन की भूमिका
- व्यापारिक महत्व के साथ ही सामाजिक चेतना का संदर्भ
- सूचना, ब्रांड, बाजार क्षेत्र निर्माण, बिक्री, शिक्षा, जनमत आदि उद्देश्यों पर चर्चा
- मार्केटिंग, ब्रांड निर्माण, प्रायोजित कार्यक्रमों के परिप्रेक्ष्य में नए संदर्भों पर चर्चा

यूनिट 2 :-

Readings prescribed in the syllabus for each Unit 2:-

1. विज्ञापन की दुनिया - कुमुद शर्मा, प्रभात प्रकाशन, संस्करण 2010
2. विज्ञापन डॉट कॉम - रेखा सेठी, वाणी प्रकाशन, नयी दिल्ली, संस्करण 2012
3. डिजिटल युग में विज्ञापन - सुधा सिंह, जगदीश्वर चतुर्वेदी, नेहा पब्लिशर एंड डिस्ट्रीब्यूटर, संस्करण 2010
4. जनसंचार माध्यम : भाषा और साहित्य- सुधीश पचौरी, नटराज प्रकाशन, नई दिल्ली, संस्क. 2009
5. जनसंपर्क, प्रचार एवं विज्ञापन- विजय कुलश्रेष्ठ, राजस्थान प्रकाशन, जयपुर, सं.-2017
6. मीडिया की भाषा - वसुधा गाडगीळ- अध्ययन प्रकाशन , नई दिल्ली

Readings, e- references to be given to students but not prescribed in the syllabus (if any) for each Unit:-

1. विज्ञापन भाषा और संरचना - डॉ. रेखा सेठी, वाणी प्रकाशन, नयी दिल्ली, प्रथम संस्करण 2016
2. हिंदी भाषा, मीडिया और सर्जनात्मक लेखन - डॉ. मीना शर्मा, के.एल.पचौरी प्रकाशन, गाजियाबाद, संस्करण 2015
3. मीडिया लेखन - सिद्धान्त और व्यवहार - डॉ. चन्द्रप्रकाश मिश्र, संजय प्रकाशन, नयी दिल्ली, संस्करण 2013
4. विज्ञापन और हिंदी भाषा - डॉ. नरेन्द्र कुमार 'संत', श्रीनटराज प्रकाशन, नयी दिल्ली, संस्करण 2016
5. जनसंचार - डॉ. हरीश अरोड़ा, युवा साहित्य चेतना मंडल, नयी दिल्ली, संस्करण 2013

यूनिट -2 – सितंबर –

- विज्ञापन से अभिप्राय तथा सामान्य परिचय
- रोजमर्रा के जीवन से जुड़े विज्ञापनों पर चर्चा
- विज्ञापन माध्यमों का परिचय
- प्रत्येक माध्यम की शक्ति तथा सीमा की चर्चा

अक्टूबर –

- प्रिंट, रेडियो एवं टेलीविजन के लिए कॉपी लेखन
- कॉपी लेखन तथा कॉपी राइटर से अभिप्राय
- कॉपी राइटर के ध्यान देने योग्य कुछ महत्वपूर्ण बिंदु
- उपभोक्ता समूह तथा उसके आर्थिक, शैक्षणिक स्तर आदि के अनुरूप विज्ञापन रचना
- विज्ञापन में विसुअल्स या चित्रांकन का महत्व
- छात्राओं द्वारा अपनी पसंद के विज्ञापनों की विशेषताओं पर चर्चा तथा एक विज्ञापन की रचना

यूनिट 3 :-

Readings prescribed in the syllabus for each Unit 2:-

1. विज्ञापन की दुनिया - कुमुद शर्मा, प्रभात प्रकाशन, संस्करण 2010
2. विज्ञापन डॉट कॉम - रेखा सेठी, वाणी प्रकाशन, नयी दिल्ली, संस्करण 2012
3. डिजिटल युग में विज्ञापन - सुधा सिंह, जगदीश्वर चतुर्वेदी, नेहा पब्लिशर एंड डिस्ट्रीब्यूटर, संस्करण 2010
4. जनसंचार माध्यम : भाषा और साहित्य- सुधीश पचौरी, नटराज प्रकाशन, नई दिल्ली, संस्क. 2009
5. जनसंपर्क, प्रचार एवं विज्ञापन- विजय कुलश्रेष्ठ, राजस्थान प्रकाशन, जयपुर, सं.-2017

6. मीडिया की भाषा - वसुधा गाडगीळ- अध्ययन प्रकाशन , नई दिल्ली

Readings, e- references to be given to students but not prescribed in the syllabus (if any) for each Unit:-

1. विज्ञापन भाषा और संरचना - डॉ. रेखा सेठी, वाणी प्रकाशन, नयी दिल्ली, प्रथम संस्करण 2016
2. हिंदी भाषा, मीडिया और सर्जनात्मक लेखन - डॉ. मीना शर्मा, के.एल.पचौरी प्रकाशन,गाजियाबाद, संस्करण 2015
3. मीडिया लेखन - सिद्धान्त और व्यवहार - डॉ. चन्द्रप्रकाश मिश्र, संजय प्रकाशन, नयी दिल्ली, संस्करण 2013
4. विज्ञापन और हिंदी भाषा - डॉ. नरेन्द्र कुमार 'संत', श्रीनटराज प्रकाशन, नयी दिल्ली, संस्करण 2016
5. जनसंचार - डॉ. हरीश अरोड़ा, युवा साहित्य चेतना मंडल, नयी दिल्ली, संस्करण 2013

यूनिट -3 – नवंबर

- विज्ञापन की भाषा का स्वरूप
- माध्यम के अनुरूप भाषा विन्यास
- अर्थ-संप्रेषण – शब्द, ध्वनि, संगीत, चित्र दृश्य के द्वारा
- भाषा के माध्यम से वस्तु का ब्रांड में परिवर्तन
- विज्ञापन की भाषा एकार्थी न होकर बहुलार्थी
- विभिन्न माध्यमों के विज्ञापनों का उदहारणस्वरूप विश्लेषण

दिसंबर –

- विज्ञापनों की भाषा के विभिन्न पक्ष
- सादृश्य विधान, अलंकरण, तुकांतता, भाषा-संकर, विचलन, मुहावरें-लोकोक्तियाँ आदि की दृष्टि से विज्ञापनों की भाषा की परख
- पिछले वर्षों के प्रश्नपत्रों पर चर्चा
- टेस्ट

यूनिट 4 :-

Readings prescribed in the syllabus for each Unit 2 :-

1. विज्ञापन की दुनिया - कुमुद शर्मा, प्रभात प्रकाशन, संस्करण 2010
2. विज्ञापन डॉट कॉम - रेखा सेठी, वाणी प्रकाशन, नयी दिल्ली, संस्करण 2012
3. डिजिटल युग में विज्ञापन - सुधा सिंह, जगदीश्वर चतुर्वेदी, नेहा पब्लिशर एंड डिस्ट्रीब्यूटर, संस्करण 2010
4. जनसंचार माध्यम : भाषा और साहित्य- सुधीश पचौरी, नटराज प्रकाशन, नई दिल्ली, संस्क. 2009
5. जनसंपर्क, प्रचार एवं विज्ञापन- विजय कुलश्रेष्ठ, राजस्थान प्रकाशन, जयपुर, सं.-2017
6. मीडिया की भाषा - वसुधा गाडगीळ- अध्ययन प्रकाशन , नई दिल्ली

Readings, e- references to be given to students but not prescribed in the syllabus (if any) for each Unit:-

1. विज्ञापन भाषा और संरचना - डॉ. रेखा सेठी, वाणी प्रकाशन, नयी दिल्ली, प्रथम संस्करण 2016
2. हिंदी भाषा, मीडिया और सर्जनात्मक लेखन - डॉ. मीना शर्मा, के.एल.पचौरी प्रकाशन,गाजियाबाद, संस्करण 2015
3. मीडिया लेखन - सिद्धान्त और व्यवहार - डॉ. चन्द्रप्रकाश मिश्र, संजय प्रकाशन, नयी दिल्ली, संस्करण 2013
4. विज्ञापन और हिंदी भाषा - डॉ. नरेन्द्र कुमार 'संत', श्रीनटराज प्रकाशन, नयी दिल्ली, संस्करण 2016
5. जनसंचार - डॉ. हरीश अरोड़ा, युवा साहित्य चेतना मंडल, नयी दिल्ली, संस्करण 2013

यूनिट – 4- नवंबर – दिसंबर –

- विज्ञापन निर्माण के अभ्यास के संदर्भ में विभिन्न माध्यमों प्रिंट, रेडियो और टेलीविजन की आधारभूत संरचना एवं विशेषताओं की चर्चा
- विभिन्न माध्यम के विज्ञापनों की प्रस्तुति और चर्चा
- प्रिंट माध्यम के लिए वर्गीकृत और सजावटी विज्ञापन निर्माण पर चर्चा
- रेडियो जिंगल लेखन से संबंधित तकनीकी शब्दों से परिचय और महत्वपूर्ण जिंगलों की चर्चा के साथ लेखन अभ्यास
- स्टोरी बोर्ड निर्माण से संबंधित तकनीकी शब्दों से परिचय और निर्माण की प्रक्रिया के विभिन्न चरणों पर चर्चा
- बज़ट, तकनीकी पक्षों पर भी सामान्य चर्चा

No of classes required to complete the unit (approx.)

1. यूनिट 1 - एक से तीन सप्ताह
2. यूनिट 2 - चार से छः सप्ताह
3. यूनिट 3 - सात से नौ सप्ताह
4. यूनिट 4 - दस से बारह सप्ताह
5. सामूहिक चर्चा, विशेष व्याख्यान एवं आंतरिक मूल्यांकन संबंधी गतिविधियाँ - तेरह से चौदह सप्ताह

Sub topics to be covered and their order along with the respective time frames (if any)

1. सृजनात्मक लेखन के सैधान्तिक पक्ष (संक्षेप में) इत्यादि

Methodology of Teaching:

1. कक्षा व्याख्यान, सामूहिक चर्चा, विज्ञापनों के लिए जनसंचार माध्यमों का प्रयोग
2. सम्बंधित वीडियो का प्रदर्शन एवं परिचर्चा

ASSESSMENT

Tentative date of assessments/ assignments (time frame): टेस्ट और असाइनमेंट - अक्टूबर के प्रथम सप्ताह या अंतिम सप्ताह में

Criteria of Assessment: विषयवस्तु की समझ और प्रस्तुति
