संत अलॉयसियस स्वशासी महाविद्यालय, जबलपुर (म.प्र.)

2025–2026

भाग अ परिचय				
कार्यक्रम प्रमाण पत्र		कक्षा बी ए	द्वितीय सेमेस्टर	सत्र 2025–2026
विषयः प्रयोजनमूलक हिंदी				
1	पाठ्यक्रम का कोड			
2	पाठ्यक्रम का शीर्षक	प्रयोजनमूलक हिंदी और विज्ञापन व्यवसाय		
3	पाठ्यक्रम का प्रकार / कोरकोर्स / इलेक्टिव / जेनेरिक इलेक्टिव / वोकेशनल /)	माइनर		
4	पूर्वापेक्षा (यदि कोई हो)	इस कोर्स का अध्ययन करने के लिए, छात्र ने किसी भी संकाय/विषय में कक्षा 12वीं अथवा समकक्ष परीक्षा उत्तीर्ण की हो।		
5	पाठ्यक्रम अध्ययन की परिलब्धियाँ (कोर्स लर्निंग आउटकम) (CLO)	प्राचीन भारतीय इतिहास के अध्ययन से ज्ञात होता है कि विश्व का पहला विज्ञापन भारत में रचा गया था। आज से लगभग 1500 वर्ष पूर्व यह विज्ञापन भारतीय बुनकर व्यापारी संघ द्वारा प्राचीन गुप्तकालीन दशपुर (सम्प्रतिः मध्य प्रदेश) में एक सूर्य मंदिर की दीवारों पर लगवाया गया था। इसके साथ ही विज्ञापन के स्रोत सम्राट अशोक के स्तम्भों और भित्ति संदेशों में देखे जा सकते हैं। आज के वैश्वीकरण एवं बाजारवाद के दौर में विज्ञापन एक विस्तृत स्वरूप में एका सशक्त माध्यम के रूप में उभर कर सामने आया है। विज्ञापन का क्षेत्र अन्यधिक व्यापक एवं बहुआयामी है। न केवल उत्पाद कंपनियों द्वारा बस्तु का प्रचार-प्रसार किया जा रहा है बल्कि जनकल्याण, शैक्षणिक संस्थाओं एवं सूचनाओं के प्रचार-प्रस में भी विज्ञापनों की महती भूमिका है। हिन्दी आज बाजार की जर बन 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, निदेश व सिद्धांत, विज्ञापन लेखन की रचना-प्रक्रिया विद्यार्थी को परिचित कराना ही प्रयोजन है। पाठ्यक्रम के अध्ययन से - 1. विद्यार्थी को प्रिंट मीडिया, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, विज्ञापन एजेंसियों व अन्य संस्थाओं में विज्ञापन-लेखन के माध्यम से रोजगार के अवसर उपलब्ध हो सवंग 2. विभिन्न प्रकार के विज्ञापनों से संबंधित स्लोगन, गीत, जिंगल लेखनकत कविता, रेखाचित्र, बैनर, पोस्टर, रंग-संयोजन, कैलेंडर निर्माण आदि के गोलल का विकास विद्यार्थी में हो सकेगा। 3. अपने देश समाज एवं क्षेत्र विशेष के उपभोक्ता की चिश्य-शक्ति एवं धम्की मांग से विद्यार्थी विज्ञापन-लेखन के दौरान परिचित होगा, जिगरी उगम विधेषण क्षमता का विकास हो सकेगा। 4. विज्ञापन को तथ्यात्मक बनाने के लिए विद्यार्थी विभिन्न उत्पाद कंपनियों के उत्पादों की जानकारी प्राप्त करने का प्रयाग करेगा जिससे उसमें तुलनात्मक एव तार्किक विवेचन की क्षमता का विकास होगा, जिसमे वह स्वयं काव्यमार्ग आरंभ करने के लिए भी प्रेरित हो सकेगा।
6	क्रेडिट	04
7	कुल अंक	अधिकतम 30+70 न्यूनतम उत्तीर्ण अंक : 35

भाग ब पाठ्यक्रम की विषयवस्तु

व्याख्यान की कुल संख्या 60 (प्रति सप्ताह घन्टे में 02)

इकाई	**विषय**	**व्याख्यान की संख्या**
इकाई 1	1. विज्ञापनः अर्थ, परिभाषा एवं विशेषताएं।	

	2. विज्ञापन का उद्देश्य, आवश्यकता एवं महत्त्व। 3. विज्ञापन और व्यापार का संबंध। 4. भारतीय ज्ञान परम्परा में विज्ञापन के प्राचीन ऐतिहासिक स्रोत (शिलालेख एवं भित्ति चित्र आदि) एवं उसका क्रमिक विकास। 5. विज्ञापनः कानून और आचार संहिता। गतिविधियां (निम्न में से किसी एक गतिविधि को संपन्न किया जाना है)- 1. विज्ञापन के महत्व पर समूह चर्चा। 2. प्रचलित विज्ञापनों की चित्र प्रदर्शनी	15
इकाई 2	1. विज्ञापनों का वर्गीकरण 2. विज्ञापन के प्रमुख अंग और आधारभूत सिद्धान्त। 3. विज्ञापन-निर्माण की प्रविधि: प्रारूप-निप्पादन, अभिकल्पना (डिजाइन) और अभिविन्यास (ले आउट)। 4. विज्ञापन-भाषा की विशिष्टताएँ एवं भाषा-संरचना। गतिविधियां- 1 किसी एक विज्ञापन की अभिकल्पना (डिजाइन) तैयार करना। 2विज्ञापन के विभिन्न अंगों का चार्ट तैयार करना। 3 **सामाजिक संदर्भों में पाँच विज्ञापन तैयार करना।**	20
इकाई 3	1 विज्ञापन के विविध माध्यम। 2 मुद्रण माध्यम - समाचार पत्र, पत्रिकाएं। 3 श्रव्य माध्यम - रेडियो, एफ.एम. रेडियो, मुनादी। 4 दृश्य श्रव्य माध्यम टी.वी. , इंटरनेट, मोबाइल, सोशल मीडिया, ई-विज्ञापन। 5 अन्य माध्यम - होर्डिंग, पोस्टर, बैनर, पर्चे, स्टीकर, प्रदर्शनी आदि। गतिविधियां (निम्न में से किसी एक गतिविधि को संपन्न किया जाना है)- 1 टी०वी०पर प्रसारित विज्ञापनों की टैग लाइन का संकलन। 2 किसी विज्ञापन का होर्डिंग तैयार करना। 3 **जिंगल लेखन का अभ्यास।**	10
इकाई 4	1. विज्ञापन के नए संदर्भ: प्रायोजित कार्यक्रम। 2. विज्ञापन का उपभोक्ता बाजार एवं अर्थव्यवस्था पर प्रभाव।	

	3. हिन्दी विज्ञापनों से जुड़ी प्रमुख एजेन्सियों का परिचय। 4. हिंदी भाषा के विकास में विज्ञापनों की भूमिका। गतिविधियां (निम्न में से किसी एक गतिविधि को संपन्न किया जाना है)- 1. 'प्रायोजित कार्यक्रम अभिशाप या वरदान' विषय पर बाद विवाद। 2. उपभोक्ता पर विज्ञापन के पड़ने वाले प्रभाव पर परिचर्चा ।	**20**
सार बिंदु (की वर्ड) / टैग: विज्ञापन, विज्ञापन-भाषा, मुद्रित माध्यम, दृश्य-श्रव्य माध्यम, मोशल मीडिया, ई-विज्ञापन, विज्ञापन एजेंसी, ले आउट, अभिकल्पना, डिज़ाइन		

भाग-स अनुशंसित अध्ययन संसाधन

पाठ्य पुस्तकें, संदर्भ पुस्तकें, अन्य संसाधन

1. अग्रवाल, मधु "भारतीय विज्ञापन में नैतिकता" प्रकाशन विभाग, नई दिल्ली, स-1995
2. कुलश्रेष्ठ, डॉ. विजय "जनसम्पर्क, प्रचार एवं विज्ञापन" राजस्थान प्रकाशन, जयपुर, सं-2017
3. कुलश्रेष्ठ, डॉ. विजय "विज्ञापन: सिद्धांत और प्रयोग" माया प्रकाशन मंदिर, जयपुर, न-2018 मागर पब्लिकेशन, नई दिल्ली।
4. जेठवानी, जयश्री एवं अन्य "विज्ञापन और जनसम्पर्क
5. तिवारी, डॉ. रामचन्द्र "विज्ञापन व्यवसाय एवं कला आलेख प्रकाशन, दिल्ली, म-2008
6. पाण्डेय, कैलाश नाथ "विज्ञापन बाजार और हिंदी" वाणी प्रकाशन, दिल्ली, म-2018
7. पाण्डेय, आशा - "हिन्दी विज्ञापनों की भाषा" ब्लेकी एण्ड पब्लिशर्स प्रा.लि., दिलनी, गं-1986
8. परीकर, आशुतोष "हिंदी विज्ञापनों का पहला दौर" अनन्य प्रकाशन, दिल्ली, रा-2017
9. महाजन, अशोक "विज्ञापन" हरियाणा माहित्य अकादमी, पचकुला, सं-2010
10. मोहन, मनेन्द्र "एडवरटायजिंग मेनेजमेंट" मॅग्रोनिल एजुकेशन इंडिया, न-2017
11. शर्मा, कुमुद 'विज्ञापन की दुनियों" प्रभात प्रकाशन, दिल्ली, सं-2010
12. यादव, नरेन्द्र सिंह "विज्ञापन तकनीक एवं सिद्धान्त" हिन्दी ग्रंथ अकादमी, जयपुर, -2017
13. हटवाल, एकेश्वर प्रसाद "विज्ञापन कला" राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी, जयपुर, सं-1989

अनुशंसित वेबसाइट एवं डिजिटल संपर्क-सूत्र :

1. www.ndl.jitkgp.ac.in (National Digital Library of India)
2. http://www.csttpublication.mhrd.gov.in/
3. https://ugcmoocs.inflibnet.ac.in/
4. http://ignou.ac.in/eGyankosh
5. https://ugemoocs.inflibnet.ac.in/
6. https://www.swayamprabha.gov.in/
7. https://hindivishwa.org/

अनुशंसित समकक्ष ऑनलाइन पाठ्यक्रमः

भाग द - अनुशंसित मूल्यांकन विधियाँ		
अनुशंसित सतत् मूल्यांकन विधियाँ अधिकतम अंक : 100		
सतत व्यापक मूल्यांकन (CCE) अंक 30 विश्वविद्यालयीन परीक्षा (UE) अंकः 70		
आंतरिक मूल्यांकनः क्लास टेस्ट सतत व्यापक मूल्यांकन : असाइनमेंट/ प्रस्तुतीकरण (प्रेजेंटेशन) (CCE)		30
आकलन :	अनुभाग (अ): तीन अति लघु प्रश्न (प्रत्येक 50 शब्द) अनुभाग (ब): चार लघु प्रश्न (प्रत्येक 200 शब्द) अनुभाग (स): दो दीर्घ उत्तरीय प्रश्न (प्रत्येक 500 शब्द)	70