| **पाठ योजना**  **सत्र 2024-25**  **(02/02/2025-30/06/2025)** | | |
| --- | --- | --- |
| **सहायक प्राध्यापक का नाम** | **श्रीमती शान देवी** | |
| **कक्षा** | **बी.ए. द्वितीय सेमेस्टर (SEC)**  **हिंदी भाषा और विज्ञापन**  **24HND402SE01** | |
| **विषय** | **हिंदी** | |
| **फरवरी** | **विषय** | **टिप्पणी** |
| सप्ताह 1 | विज्ञापन :-अर्थ ,परिभाषा और महत्व |  |
| सप्ताह 2 | विज्ञापन के उद्देश्य :-आर्थिक ,सामाजिक ,राजनीतिक |  |
| सप्ताह 3 | विज्ञापन के प्रमुख प्रकार |  |
| सप्ताह 4 | विज्ञापन के प्रभाव |  |
| **मार्च** |  |  |
| सप्ताह 1 | विज्ञापन माध्यम चयन के आधार |  |
| सप्ताह 2 | प्रिंट, रेडियो और टेलीविजन के लिए विज्ञापन |  |
| सप्ताह 3 | डिजिटल विज्ञापन तथा आउट आफ होम विज्ञापन -  होर्डिंग, पोस्टर, बैनर, साइनबोर्ड |  |
| सप्ताह 4 | सोशल मीडिया विज्ञापन- फेसबुक, ट्विटर, यूट्यूब ,सोशल नेटवर्किंग साइट्स |  |
| **अप्रैल** |  |  |
| सप्ताह 1 | विज्ञापन की भाषा का स्वरूप एवं विशेषताएं  विज्ञापन की भाषा शैली की विभिन्न पक्ष - सादृश्य विधान, अलंकरण, तुकांतता, समानांतरता |  |
| सप्ताह 2 | विचलन ,मुहावरे -लोकोक्तियां ,भाषासंकर, भाव-भंगिमा (बॉडी लैंग्वेज) |  |
| सप्ताह 3 | विज्ञापन ,स्लोगन एवं पंचलाइन |  |
| सप्ताह 4 | पुनरावृति, टेस्ट ,असाइनमेंट |  |
| **मई** |  |  |
| सप्ताह 1 | विज्ञापन कॉपी के अंग  प्रिंट माध्यम: ले आउट के विविध प्रारूप |  |
| सप्ताह 2 | वर्गीकृत एवं सजावटी विज्ञापन -निर्माण |  |
| सप्ताह 3 | रेडियो जिंगल लेखन, टेलीविजन विज्ञापन के लिए कॉपी लेखन |  |
| सप्ताह 4 | पुनरावृति ,टेस्ट ,असाइनमेंट |  |