

**सेमेस्टर Sem IV – GEC-क्रेडिट 4**  
**ब्लॉग लेखन**

Course title & Code	Credits	Credit distribution of the course			Pre-requisite of the course (if any)	Content of Course and reference is in
		Lecture	Tutorial	Practical/ Practice		
GE-Hindi ब्लॉग लेखन	4	3	1	—	—	Annexure

**पाठ्यक्रम का उद्देश्य (Course Objective)**

1. ब्लॉग के विकास के साथ-साथ भाषा, समाज और संस्कृति की जानकारी देना
2. ब्लॉग लेखन के विभिन्न प्रभावों का अध्ययन करना

**पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)**

1. ब्लॉग लेखन और समाज के संबंध की व्यावहारिक जानकारी प्राप्त होगी
2. ब्लॉग लेखन के माध्यम से सामाजिक, सांस्कृतिक समझ विकसित होगी

**Unit 1 : ब्लॉग लेखन: अवधारणा (4 सप्ताह)**

- ब्लॉग का स्वरूप
- ब्लॉग लेखन का विकास
- ब्लॉग लेखन : भाषा, समाज और संस्कृति
- ब्लॉग लेखन का प्रभाव

**Unit 2 : ब्लॉग लेखन : व्यक्ति और समाज (4 सप्ताह)**

- ब्लॉग लेखन और व्यक्ति रचनात्मकता
- ब्लॉग लेखन और सामाजिक रचनात्मकता
- ब्लॉग लेखन और जनभागीदारी
- ब्लॉग लेखन और सोशल मीडिया

### Unit 3 : ब्लॉग लेखन के प्रकार (3 सप्ताह)

- साहित्यिक -सांस्कृतिक
- राजनीतिक -सामाजिक
- शिक्षा-मीडिया
- खेलकूद एवं अन्य

### Unit 4: ब्लॉग निर्माण (3 सप्ताह)

- भाषा एवं संरचना
- ब्लॉग निर्माण की प्रक्रिया
- किसी विशिष्ट विषय पर ब्लॉग लेखन

### सहायक ग्रंथ

- न्यू मीडिया और बदलता भारत ,प्रांजल धर ,कृष्ण कान्त ,भारतीय ज्ञानपीठ ,दिल्ली
- इंटरनेट जर्नलिज्म ,विजय कुलश्रेष्ठ ,साहिल प्रकाशन ,जयपुर
- सोशल मीडिया और सामाजिक सरोकार ,कल्याण प्रसाद वर्मा ,साहिल प्रकाशन ,जयपुर
- ऑनलाइन मीडिया ,सुरेश कुमार ,पीयर्सन प्रकाशन ,भारत
- हिन्दी ब्लॉगिंग का इतिहास ,रवींद्र प्रभात ,हिन्दी साहित्य निकेतन ,बिजनौर

## सेमेस्टर Sem IV – GE-क्रेडिट 4

### हिंदी भाषा और विज्ञापन

Course title & Code	Credits	Credit distribution of the course			Pre-requisite of the course (if any)	Content of Course and reference is in
		Lecture	Tutorial	Practical/ Practice		
<b>GE</b> हिंदी भाषा और विज्ञापन	4	3	1	—	—	<b>Annexure</b>

#### पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objectives)

- I. विद्यार्थियों को विज्ञापन के विस्तृत क्षेत्र से परिचित कराना।
- II. विज्ञापन भाषा के स्वरूप और विशेषताओं का बोध कराना।
- III. विभिन्न माध्यमों के लिए विज्ञापन कॉपी लेखन का अभ्यास कराना।

#### पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- I. विज्ञापन लेखन के मध्यम से भाषा-दक्षता विकसित होगी।
- II. विज्ञापन निर्माण की पूरी प्रक्रिया को समझ सकेंगे।
- III. विज्ञापन बाजार में विभिन्न माध्यमों की पहुँच और प्रसार क्षमता से परिचित होंगे।
- IV. कॉपी लेखन के कार्य में सक्षम हो सकेंगे।

#### इकाई 1 : विज्ञापन : स्वरूप एवं अवधारणा (3 सप्ताह)

- विज्ञापन : अर्थ, परिभाषा और महत्त्व
- विज्ञापन के उद्देश्य: आर्थिक, सामाजिक, राजनीतिक
- विज्ञापन के प्रमुख प्रकार
- विज्ञापन के प्रभाव

#### इकाई 2 : विज्ञापन माध्यम (3 सप्ताह)

- विज्ञापन माध्यम चयन के आधार
- प्रिंट, रेडियो और टेलीविजन के लिए विज्ञापन
- डिजिटल विज्ञापन तथा आउट ऑफ़ होम विज्ञापन—होर्डिंग, पोस्टर, बैनर, साइन बोर्ड
- सोशल मीडिया विज्ञापन—फेसबुक, ट्विटर, यू-ट्यूब, सोशल नेटवर्किंग साइट्स

### इकाई 3 : विज्ञापन की भाषा (4 सप्ताह)

- विज्ञापन की भाषा का स्वरूप एवं विशेषताएँ
- विज्ञापन की भाषा-शैली के विभिन्न पक्ष---सादृश्य विधान, अलंकरण, तुकांतता, समानान्तरता, विचलन, मुहावरे-लोकोक्तियाँ, भाषा संकर, भाव-भंगिमा (बॉडी लैंग्वेज)
- विज्ञापन स्लोगन एवं पंच लाइन

### इकाई 4 : विज्ञापन: कॉपी लेखन (4 सप्ताह)

- विज्ञापन कॉपी के अंग
- प्रिंट माध्यम: लेआउट के विविध प्रारूप
- वर्गीकृत एवं सजावटी विज्ञापन-निर्माण
- रेडियो जिंगल लेखन
- टेलीविजन विज्ञापन के लिए कॉपी लेखन

### सहायक ग्रन्थ

- जनसंपर्क, प्रचार और विज्ञापन - विजय कुलश्रेष्ठ ,राजस्थान प्रकाशन ,जयपुर
- जनसंचार माध्यम : भाषा और साहित्य - सुधीश पचौरी ,नटराज प्रकाशन ,नई दिल्ली
- डिजिटल युग में विज्ञापन - सुधा सिंह, जगदीश्वर चतुर्वेदी ,अनामिका पब्लिकेशन ,नई दिल्ली
- विज्ञापन की दुनिया - कुमुद शर्मा ,प्रभात प्रकाशन ,नई दिल्ली
- विज्ञापन: भाषा और संरचना - रेखा सेठी ,वाणी प्रकाशन ,नई दिल्ली
- विज्ञापन और ब्रांड – संजय सिंह बघेल ,सस्ता साहित्य मण्डल ,नई दिल्ली
- मीडिया और बाज़ार – वर्तिका नंदा ,सामयिक प्रकाशन ,नई दिल्ली