

Paper I — INTRODUCTION TO COMMUNICATION

(For those who joined in July 2009 and after)

Time : Three hours

Maximum : 100 marks

Answer any FIVE questions.

All questions carry equal marks.

(5 × 20 = 100)

1. பல்வகைப்பட்ட மின்னணு தகவல் தொடர்பு முறைகளை ஒப்பிட்டும் வேறுபடுத்தியும் விளக்குக.

Compare and distinguish various form of electronic communication.

2. மக்கள் தகவல் தொடர்புக் கோட்பாட்டின் வகைகளைத் தெளிவிக்க.

Explain different types of mass communication theories.

3. இன்றைய தகவல் தொடர்பில் இதழ்களும் புத்தகங்களும் பெறும் இடத்தினை மதிப்பிடுக.

Estimate the role of Magazines and books in to-day's communication.

4. செயற்கைக்கோள் தொலைக்காட்சி திரைப்படத் தொழிலை நசுக்கிவிட்டதா? விளக்குக.

Has the satellite T.V. invaded film Industry?
Discuss in detail.

5. எவையேனும் மூன்று அரசு சார்ந்த ஊடக அமைப்பினைப் புலப்படுத்துக.

Explain any three media organizations of the Government.

6. மரபுவழி ஊடகங்களில் அரங்கின் அவசியத்தை விவரிக்க.

Give the importance of 'Theatre' in traditional media.

7. பத்திரிகை விற்பனைத் தணிக்கை நிறுவனம் மற்றும் இந்திய செய்தித்தாள் நிறுவனத்தின் பணிகளை எடுத்துரைக்க.

Bring out the functions of A.B.C. (Audit Bureau of Circulation) and Indian Newspaper Society.

8. வானொலி, தொலைக்காட்சியின் நடத்தை அறக்கோட்பாடுகளைத் தொகுத்தெழுதுக.

Summarize the ethics of Radio and Television.

9. மல்டி மீடியாவின் தத்துவத்தைத் தெளிவுபடுத்துக.

Describe the concept of Multi Media.

10. எவ்வகைத் தகவல் தொடர்புகளைத் அறிவுறுத்தல் எனலாம்? விளக்குக.

What forms of communication can be called as persuasive communication? Explain.

INTRODUCTION TO ADVERTISING

(For those who joined in July 2009 and after)

Time : Three hours

Maximum : 100 marks

Answer any FIVE questions.

Each question carries TWENTY marks.

1. அச்சுப்பதிப்பிற்கு முந்தைய கால விளம்பரத்தின் தன்மை குறித்து விவரிக்க.

Discuss the nature of advertising in the pre printing press era.

2. விளம்பரத்தில் சமுதாய மற்றும் பொருளாதார நிலை குறித்து விளக்குக.

Explain the social and economic aspects of advertising.

3. வியாபாரக்குறியீட்டை நிறுவுகல் மற்றும் விளம்பரத்தின் பங்கை விளக்குக.

Explain the brand positioning and the role of advertising.

