

1675/AR1

OCTOBER 2011

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. ஊடகம் மற்றும் பார்வையாளர் இடையேயான தொடர்பை விளக்குக.

Comment on the relationship between media and audience.

2. தோலடி ஊசி கோட்பாட்டின் மீதான வெகுஜன ஊடகத்தின் தாக்கம் பற்றி விவரி.

Discuss the effect of mass media on hypodermic needle theory.

3. 'பொது மக்களின் பள்ளி ஆசிரியர்களாக செய்தித்தாள்கள் விளங்குகின்றன' - ஆய்க.

"Newspapers are the schoolmasters of the common people" — Examine.

4. திரைப்படத்தை மக்கள் ஊடகமாக ஆய்க.

Analyze the film as a medium of mass communication.

5. விளம்பரம் மற்றும் காட்சி விளம்பர இயக்குனரகத்தை பற்றி விரிவாக எழுதுக.

Write in detail about the directorate of advertising and visual publicity.

6. 'மரபுவழி ஊடகத்தை உள்ளடக்காமல் எந்த ஒரு தகவல் தொடர்பு திட்டமும் முழுமையடையாது' - ஆய்க.

"No communication strategy would be complete unless it included the traditional media" - Examine.

7. அவதூறு வழக்கு குறித்து ஆய்க.

Analyze the law of defamation.

8. அச்ச ஊடகத்தின் பொறுப்பு மற்றும் நடத்தை அறக்கோட்பாடுகள் குறித்து விவரிக்கவும்.

Illustrate the responsibility and code of ethics in print media.

9. மின்னணு பதிப்பித்தல் மற்றும் மின் செய்தித்தாள் பற்றி தெளிவாக விளக்கவும்.

Enumerate on e-Publishing and e-Papers.

10. அறிவுறுத்தல் தகவல் தொடர்பு மாதிரிகளை விரிவாக விளக்குக.

Illustrate the models of persuasive communication.

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 20 marks.

1. விளம்பரம் என்றால் என்ன? அதன் நன்மை தீமைகளை விளக்கு.

What is advertising and explain its merits and demerits?

2. விளம்பரத்தாக்கத்தை, தொலைக்காட்சி விளம்பரங்களை உதாரணமாக கொண்டு விளக்கு.

Discuss the effects of advertising with special reference to television advertising.

3. வியாபார குறியீட்டு மேலாண்மை என்றால் என்ன? மேலும் அதன் உத்திகளை விளக்குக.

What is brand management? And explain branding techniques.

4. ஊடக நிறுவனங்களின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக.

Describe the importance of media agency.

5. விளம்பர மாதிரியின் படிநிலை அமைப்பை விளக்குக.

Describe the various hierarchy models of advertising.

6. விளம்பரத்தில் சட்டம் சார்ந்த செயல்பாடுகள் குறித்து ஆராய்க.

Analyse the legal issues involved in advertising.

7. வெளி விளம்பர பலகை தேவையா? அதன் நன்மை தீமைகளை விளக்குக.

Why we need outdoor advertising? Discuss its merits and demerits.

8. பொருட்களை விளம்பரப்படுத்துவதில் ஊடகத் தேர்வின் முக்கியத்துவம் பற்றி விளக்குக.

Analyse the role of media selection for advertising a product.

9. விளம்பரங்களில் 'வேண்டுகோள்' பற்றி விளக்கு. அதன் பல்வேறு நிலைகளை உதாரணங்களுடன் ஆராய்க.

Define appeals in advertising. Analyse various appeals with few examples.

10. விளம்பர ஆய்வு தேர்வின் தாக்கம் மற்றும் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக.

Discuss the influence and importance of advertising research tests.

