

No. of Printed Pages : 9

MJM-029

**M. A. (JOURNALISM AND MASS
COMMUNICATION) (MAJMC)**

Term-End Examination

December, 2025

**MJM-029 : ADVERTISING AND PUBLIC
RELATIONS**

Time : 3 Hours

Maximum Marks : 100

Weightage : 70%

Note : (i) Attempt any **five** questions.

(ii) All questions carry equal marks.

1. Describe the AIDA model in detail. Substantiate your answer with examples. 20
2. What is audience segmentation in advertising ? Discuss the demographic segmentation with examples. 20

3. Discuss the skills required to become a good client servicing professional in the advertising industry. Explain the characteristics of a good client servicing professional. 20
4. What do you understand by pre-testing in advertising ? Discuss some common pre-test research methods used in advertising with relevant examples. 20
5. What do you understand by external publics ? Discuss the different PR tools used for external public. 20
6. What is the role of copywriter in advertising ? List the things that should be kept in mind while writing an Ad copy. 20
7. Enumerate the popular trends in the modern public relation practices. Give suitable examples. 20
8. Write short notes on any *four* of the following : 4×5=20
 - (a) Flanker Brands

- (b) Media Planning
- (c) Recall Test
- (d) Ideation
- (e) Media Mix
- (f) Public Relations Society of India

MJM-029

एम. ए. (पत्रकारिता एवं जनसंचार)

(एम. ए. जे. एम. सी.)

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2025

एम.जे.एम.-029 : विज्ञापन और जनसम्पर्क

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

भारिता : 70%

नोट : (i) किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

(ii) सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

-
1. AIDA मॉडल का विस्तार से वर्णन कीजिए। उदाहरणों के साथ अपने उत्तर की पुष्टि कीजिए। 20
 2. विज्ञापन में ऑडिएन्स सेगमेंटेशन क्या है ? उदाहरण सहित जनसांख्यिकीय विभाजन की विवेचना कीजिए। 20

3. विज्ञापन उद्योग में एक अच्छे ग्राहक सर्विसिंग पेशेवर बनने के लिए आवश्यक कौशलों पर चर्चा कीजिए। एक अच्छे ग्राहक सर्विसिंग पेशेवर की विशेषताओं का वर्णन कीजिए।
20
4. विज्ञापन में पूर्व-परीक्षण (प्री-टेस्टिंग) से आप क्या समझते हैं ? प्रासंगिक उदाहरणों के साथ विज्ञापन में उपयोग की जाने वाली कुछ सामान्य पूर्व-परीक्षण अनुसंधान विधियों पर चर्चा कीजिए।
20
5. बाहरी जनता (एक्सटर्नल पब्लिक्स) से आप क्या समझते हैं ? बाहरी जनता (एक्सटर्नल पब्लिक्स) के लिए उपयोग जाने वाले विभिन्न पी.आर. उपकरणों पर चर्चा कीजिए।
20
6. विज्ञापन में कॉपीराइटर की क्या भूमिका है ? उन बातों की सूची बनाइए, जिन्हें विज्ञापन कॉपी लिखते समय ध्यान में रखना चाहिए।
20
7. आधुनिक जनसंपर्क प्रथाओं में लोकप्रिय रुझानों की चर्चा कीजिए। उपयुक्त उदाहरण दीजिए।

8. निम्नलिखित में से किन्हीं चार पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 4×5=20

(क) फ्लैकर ब्राण्ड्स

(ख) मीडिया प्लानिंग

(ग) रिकॉल टेस्ट

(घ) आइडिएशन (Ideation)

(ङ) मीडिया मिक्स

(च) पब्लिक रिलेशंस सोसाइटी ऑफ इंडिया

MJM-029

**M.A. IN JOURNALISM & MASS
COMMUNICATION (MAJMC)**

**Term-End Examination
December, 2025**

**MJM-029: ADVERTISING AND PUBLIC
RELATIONS**

Time : 3 Hours

Maximum Marks : 100

Weightage : 70%

MJM-029

MA, இதழியல் மற்றும் வெகுஜன தகவல் தொடர்பு
(/MAJMCT)

**கால-முடிவுத் தேர்வு
டிசம்பர் - 2025**

MJM-029: விளம்பரம் மற்றும் மக்கள் தொடர்பு

நேரம் : 3 மணி

அதிகபட்ச மதிப்பெண்கள் : 100

சிறப்பு நிலை: 70%

குறிப்பு : ஏதேனும் ஐந்து வினாக்களுக்கு விடையளிக்கவும்.
அனைத்து வினாக்களுக்கும் சம மதிப்பெண்
வழங்கப்படும்.

1. AIDA மாதிரியை விரிவாக விவரிக்கவும். உங்கள் விடைகளை எடுத்துக் காட்டுகளுடன் நிரூபிக்கவும். 20
2. விளம்பரத்தில் பார்வையாளர்கள் பிரிவு என்றால் என்ன? மக்கள் தொகைப் பிரிவினை எடுத்துக்காட்டுகளுடன் விவாதிக்கவும். 20
3. விளம்பரத்துறையில் ஒரு நல்ல வாடிக்கையாளர் சேவை நிபுணராக மாறுவதற்கு தேவையான திறன்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும். ஒரு நல்ல வாடிக்கையாளர் சேவை நிபுணரின் பண்புகளை விளக்கவும். 20
4. முன்சோதனை மூலம் நீங்கள் என்ன புரிந்து கொள்கிறீர்கள்? விளம்பரங்களில் பயன்படுத்தப்படும் சில பொதுவான முன் சோதனை ஆராய்ச்சி முறைகளை பொருத்தமான எடுத்துக்காட்டுகளுடன் விவாதிக்கவும். 20
5. வெளிப் பொதுமக்களால் நீங்கள் என்ன புரிந்து கொள்கிறீர்கள்? ஒரு விளம்பர உள்ளடக்கத்தை எழுதும் வெளிப்புற பொதுமக்களுக்குப் பயன்படுத்தப்படும் வெவ்வேறு PR கருவிகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும். 20
6. விளம்பரத்தில் உள்ளடக்க எழுத்தாளரின் பங்கு என்ன? விளம்பர உள்ளடக்கங்களை எழுதும்போது

மனதில் கொள்ள வேண்டிய விஷயங்களைப் பட்டியலிடுக. 20

7. நவீன மக்கள் தொடர்பு முறைகளில் உள்ள பிரபலமான போக்குகளை பட்டியலிடவும். தகுந்த எடுத்துக்காட்டுகளுடன் விளக்கவும். 20
8. பின்வருவனவற்றில் ஏதேனும் நான்கைப் பற்றி சிறு குறிப்பு வரைக. (10x2=20)
- Flanker பிராண்டுகள்
 - ஊடக திட்டமிடல்
 - ரீகால் டெஸ்ட்
 - கருத்தாக்கம்
 - மீடியா மிக்ஸ்
 - இந்திய மக்கள் தொடர்பு சங்கம்

x x x x x