

75  
19  
6  
7

(2½ Hours)

[Total Marks: 75]

- Note: - (1) All questions are compulsory and carry equal marks  
 (2) Figures to the right indicate marks  
 (3) Support answers with examples wherever necessary

**Q.1 Multimedia campaign**

15

**A** CARAVAN radio with a look & size of a transistor radio is a digital device preloaded with more than five thousand (5000+) Bollywood hits in MP3 format including golden era of Hindi films. The radio device is also capable of playing USB input as an additional collection from your pen drive & an AUX input of conventional audio devices like tape players or mp3 portable mini players. In its new version (Avtaar) it is also preloaded with complete Bhagvad Geeta in enchanting voice of professional reciters making it a fantastic gift to elders & senior citizens as a nostalgic piece. The price of CARAVAN radio is INR 6500.

**Brief:** The Company wants to highlight the collection of songs as a compact substitute to a bulky collection of CDs, as well as the built in loudspeaker giving the experience of going back to the golden era of radio fans.

**Answer the following: -**

- |   |   |    |
|---|---|----|
| 1 | Prepare a creative brief for making an impact on the target Audience.               | 04 |
| 2 | Suggest an appropriate Message strategy.  | 02 |
| 3 | Create a print advertisement based on the creative brief (Two advertisements).      | 04 |
| 4 | Prepare a 30 sec story board for Television commercial based on the creative brief. | 05 |

**OR**

**B** Vodafone & Idea the merger company has launched a mobile based safety service by name 'Vodafone Sakhi' for women which includes features such as emergency alerts, emergency balance & private number recharge. The safety features will be available to women customers using Vodafone pre-paid services across the country. The service works across smartphones and feature-phones even without any balance or mobile internet.

Among the mobile phone users, most women have access to only feature-phones and basic mobile phones. Vodafone claims that with 'Vodafone Sakhi,' the real problem of women working late hours & compromising safety can be addressed. This unique, free of cost service will make it convenient for women to step out fearlessly and fulfil their aspirations.

**Brief:** Vodafone Sakhi is a small step to give women the confidence to step out fearlessly and live their dreams with a trusted solution at hand.

**Answer the following:-**

- |   |   |    |
|---|---|----|
| 1 | Prepare a creative brief for making an impact on the target Audience.               | 04 |
| 2 | Suggest an appropriate Message strategy.  | 02 |
| 3 | Create a print advertisement based on the creative brief (Two advertisements).      | 04 |
| 4 | Prepare a 30 sec story board for Television commercial based on the creative brief. | 05 |

26

8

- Q.2 A What are the principles of copy writing? 08  
B Write a **Radio Spot** of 30 sec duration to promote Parle-G biscuits filled with the goodness of milk. 07

OR

- C Differentiate between Right Brain thinking and Left Brain thinking. 08  
D Write a **direct mailer** to existing customers for announcing a 'Lifetime Add-on family member offer' for 'Everfit Spa', the biggest and most well equipped fitness & spa in Mumbai, specializing in weight loss and gain programs, body toning, Aerobics studio, special cardio workout, Dietician, and body building and body fitness. 07

- Q.3 A Explain various types of slogans in advertising copy. 08  
B Make an **outdoor poster** on Flipkart sale on 'Big Billion day' offering huge discounts on clothing, footwear and accessories for all. 07

OR

- C Explain the use of Humor appeal in advertisement using a recent TVC advertising. 08  
D Write an **Email** copy for promoting Kerala Tourism. Kerala a state on India's tropical Malabar Coast, has nearly 600km of Arabian Sea shoreline. It's known for its palm-lined beaches and backwaters, a network of canals. Inland are the Western Ghats, mountains whose slopes support tea, coffee and spice plantations as well as wildlife. National parks like Eravikulam and Periyar, plus Wayanad and other sanctuaries, are home to elephants, langur monkeys and tigers. 07

- Q.4 A Explain the role of Heuristics and assumptions in creative thinking. 08  
B What essential factors are to be considered while writing copy for senior citizens? 07

OR

- C Write brief note on the Big Idea in the development of creative strategy. 08  
D Write a **classified** ad for Khushi Resort keeping in mind the three consecutive holidays in November & a travel time of 2 hours from Mumbai. 07

- Q.5 Answer **any three** of the following 15

- 1) Write a note on writing copy for youth.
- 2) Explain any four idea generation techniques.
- 3) Write an SMS copy. The service is 'SWIGGY' promotional offer.
- 4) Write a note on Transcreativity.
- 5) Business to business advertising.

मराठी भाषांतर

[वेळ: 2 ½ तास.]

[गुण: 75 ]

- सूचना: १. सर्व प्रश्न सोडविणे अनिवार्य आहे.  
२. उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.

- प्रश्न 1 केस स्टडी 15
- बऱ्याच काळ संघर्ष केल्यानंतर, स्पॉटिफीने भारतात आपली सेवा सुरु केली आहे. स्पॉटिफी हा स्वीडन-आधारित संगीत स्ट्रीमिंग प्लॅटफॉर्म आहे जो मूलतः ऑक्टोबर 2008 मध्ये लॉन्च झाला होता. लाखो ग्राहकांच्या जोरावर हा जगभरातील शीर्ष संगीत सेवा प्रदाता आहे. खर तर, मार्च 2019 पर्यंत, एकूण 207 दशलक्ष उपभोक्ते सक्रिय होते त्यातील 96 दशलक्ष ग्राहक वर्गणीदार होते. ऍपल संगीत, Google संगीत आणि अमेझॉन संगीत तसेच जियोसावन आणि गाना या सारख्या स्थानिक कंपन्यांच्या विद्यमान सेवांशी त्यांची स्पर्धा आहे. आशयाचा विचार केला असता त्यांच्याकडे बॉलिवूड, पंजाबी, तमिळ, तेलगू वगैरे विविध संगीत उपलब्ध आहे शिवाय आंतरराष्ट्रीय शैली, पॉडकास्ट, रेडिओ वगैरे वगैरे विविध प्रकारचे संगीत आहे.
- क्लायंट ब्रीफ :** विविध वापरकर्त्यांच्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी स्पॉटिफी ऍप एकापेक्षा अधिक योजनांसह ऑफर केला जातो. भारतातील Spotify ला जाहिरात-समर्थित मुक्त श्रेणी तसेच प्रीमियम श्रेणी असे दोन पर्याय ऑफर केले जात आहे. प्रीमियम योजना या जाहिरात-मुक्त आहेत आणि यात 30-दिवसांची विनामूल्य चाचणी समाविष्ट आहे. विनामूल्य चाचणी संपल्यानंतर, आपल्याला सर्व संगीत आणि प्रीमियम वैशिष्ट्यांसाठी 119 रुपये प्रति महिना भरावा लागतो. नवीन ग्राहकांना आकर्षित करणे हा या मोहिमेचा मूळ हेतू आहे.
- अ. संवाद योजनेची रूपरेषा लिहा 5
- ब. जाहिरातीची उद्दिष्टे स्पष्ट करा 4
- क. कोणत्याही दोन एकत्रित विषयाने संवाद साधनाच्या सहाय्याने जाहिरात रणनिती तयार करा 6
- प्रश्न 2 खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या.
- अ. जाहिरात संस्थेतील विविध विभाग कोणते ते स्पष्ट करा. 8
- ब. सेवा गुणवत्तेचे गॅप प्रतिमान स्पष्ट करा 7  
किंवा
- क. जाहिरात संस्थांचे विविध प्रकार स्पष्ट करा. 8
- ड. ग्राहक-जाहिरात संस्था नातेसंबंधावर परिणाम करणारे घटक कोणते? ग्राहक-जाहिरात संस्था नातेसंबंधात कोणते मुद्दे समाविष्ट असतात? 7

प्रश्न 3 खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या.

अ नवीन क्लायंट मिळविण्याकरिता जाहिरात एजन्सी कसे पिचिंग करतात ते स्पष्ट करा.

ब जाहिरात संस्थेची विविध कार्ये कोणती ?

किंवा

क जाहिरात संस्थेचे उत्पन्नाचे विविध स्रोत कोणते ?

ड अकाउंट प्लॅनर हा ग्राहकांचा प्रतीनिधी असतो. स्पष्ट करा.

प्रश्न 4 खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या.

अ जाहिरात तयार करण्याकरिता MECCA च्या पाच घटकांचे स्पष्टीकरण द्या.

ब मार्केटिंग योजना तयार करताना मार्केटिंग समस्या आणि त्यातील संधींचे महत्त्व समजावून सांगा

किंवा

क व्यवसाय योजना म्हणजे काय? नवीन जाहिरात एजन्सी स्थापन करण्यासाठी व्यवसाय योजना तयार करण्याचे विविध टप्पे सांगा.

ड विपणन योजनेचे फायदे कसे आहेत याचे उदाहरण देऊन सेगमेंटेशन, टारगेटींग आणि पोजिशनिंगवर चर्चा करा.

प्रश्न 5 खालीलपैकी कोणत्याही तीन टिपा लिहा

अ Frequency आणि Loyalty program

ब व्यापारावर आधारित विक्री प्रमोशन

क उपभोक्त्यांवर आधारित विक्री प्रमोशन

ड POP

इ AIDA

(2½ Hours)

[Total Marks: 75]

N.B. 1. All Questions are compulsory.

**1. CASE STUDY:**

15

After a really long struggle, Spotify has managed to launch its services in India. Spotify is a Sweden-based music streaming platform which was originally launched in October 2008. It has been the top music service provider globally when it comes to subscriber base. In fact, as of March 2019, it had 207 million total monthly active users, including 96 million paying subscribers. Competing against existing services like Apple Music, Google Music and Amazon Music as well as domestic player like JioSaavn and Gaana. As for the content itself, there is a wide range of music including Bollywood, Punjabi, Tamil, Telugu, apart from a variety of international genres, podcasts, radio, and more.

**Client Brief:** The app is offered with multiple plans to suit various users' needs. Spotify in India is being offered as an ad-supported free tier, as well as premium tier options. The premium plans are ad-free and include a 30-day free trial. After the free trial ends, you need to pay Rs 119 per month to get full access to all the music and premium features. Spotify intends to launch as new campaign. The basic objective of the campaign is to attract new subscriber.

- |  |   |
|--|---|
| a. Outline Communication Plan                          | 5 |
| b. State the advertising objectives                    | 4 |
| c. Create an advertising strategy using two IMC tools. | 6 |

**2. Answer the following:**

- |   |   |
|---|---|
| a. Explain the various Departments within an Advertising Agency | 8 |
| b. Explain the Gaps model of Service Quality                    | 7 |

**OR**

- |   |   |
|---|---|
| c. Discuss various types of Advertising Agencies  | 8 |
| d. Discuss various factors affecting Client-Agency Relationship. What are the issues involved in the client-agency relationship | 7 |

**3. Answer the following:**

- |  |   |
|--|---|
| a. Explain how Advertising Agencies does pitching for gaining new clients? | 8 |
| b. What are the various functions of an Advertising Agencies               | 7 |

**OR**

- |  |   |
|--|---|
| c. Explain various the various sources of Remunerations/ Income for the advertising Agency | 8 |
| d. The account planner is a consumer's representative. Discuss the statement.              | 7 |

4. Answer the following:

- a. Discuss five elements of MECCAS models suggested in creating Ads. 8
- b. Explain the importance of Marketing problem and Opportunities review in preparing Marketing plan. 7

OR

- c. What is a Business Plan? Explain the various Stages in preparing a Business plan for setting up a new advertising Agency. 8
- d. With the help of an example, explain how Marketing plan benefits. Discuss Segmentation, Targeting and Positioning. 7

5. Write short notes on any three of the following: 15

- a. Frequency and Loyalty program
- b. Trade oriented Sales promotion
- c. Consumer oriented sales promotion
- d. POP
- e. AIDA

TyBmm  
20/11/19

Paper / Subject Code: 27306 / Advertising : Brand Building

Marathi 12

वेळ: २:३० तास

गुण: ७५

सूचना :

१. सूचना: सर्व प्रश्न अनिवार्य.
२. उजवीकडिल अंक पूर्ण गुण दर्शवतात.
३. आवश्यक तिथे उदाहरण आणि आकृती काढा.

प्र१. अ. खालील संकल्पना स्पष्ट करा.

- अ) लोगो
- आ) मिक्स ब्रँडिंग
- इ) युजर ईमेंजरी
- ई) कोअर आयडेंटिटी
- उ) ब्रँड मॅनेजर
- ऊ) जेनेरिक ब्रँडिंग

(०६)

ब. केस स्टडी :

केसांची निगा राखण्याच्या उत्पादनाच्या उद्योगात 'गोदरेज' चं तब्बल चार दशकांपेक्षा जास्त वर्चस्व आहे. आता गोदरेजने 'गोदरेज प्रोफेशनल' ही विशेषतः भारतीयांच्या केसांसाठी बनविलेली पहिली व्यावसायिक केसांचा रंग आणि काळजी घेणाऱ्या श्रेणीचे उत्पादन आहे. आता ब्रँडची इच्छा आहे की गोदरेज प्रोफेशनल आयुर्वेद शैम्पू लॉन्च करून आपला पोर्टफोलिओ वाढवावा.

वरिल माहितीच्या आधारे खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

- अ) तुम्ही कंपनीला कोणती 'लाईन एक्सटेंशन रणनीती (स्ट्रॅटेजी)' सूचवाल. तुमच्या रणनीतीचे समर्थन करा? (०३)
- आ) आता कंपनी अवलंबत असलेल्या ब्रँड सध्याच्या ब्रँड पर्सनॅलिटी विषयी लिहा. बिग फाईव्हचा वापर करून नवी पर्सनॅलिटी तयार करा? (०३)
- इ) ब्रँड पर्सनॅलिटीच्या आधारे तुम्ही कोणाची ब्रँड एम्बेसडर म्हणून निवड कराल? (०३)

प्र२. खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

- अ. ब्रँड निर्मितीची दहा मार्गदर्शक तत्वे स्पष्ट करा. (०७)
- ब. ब्रँड प्रोडक्ट मॅट्रिक्स उदाहरणांसह स्पष्ट करा. (०८)
- क. ब्रँड लॉयल्टी पिरेमिड स्पष्ट करा. (०७)
- ड. ब्रँड आयडेंटिटी पर्सनॅलिटी स्पष्ट करा. (०८)

प्र३. खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

- अ. ब्रँड रिपोजिशनिंग सुयोग्य उदाहरणांसह स्पष्ट करा. (०७)
- ब. ब्रँड बिल्डिंग ब्लॉक्स म्हणजे काय? (०८)
- क. कोब्रँडिंग म्हणजे काय आणि त्याच्या विविध प्रकारां विषयी लिहा. (०७)
- ड. सुयोग्य उदाहरणांसहित ब्रँड असेट व्हल्यूएटर (BAV) स्पष्ट करा. (०८)

किंवा

13

प्र४. खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

अ. ब्रँड लिक्वेरज म्हणजे काय? ब्रँड लिक्वेरजसाठी वेगवेगळे प्रकार स्पष्ट करा.

किंवा

ब. ब्रँड रणनीती म्हणजे काय ? कोणत्याही ३ रणनीती स्पष्ट करा.

प्र५. टिपा लिहा (कोणत्याही तीन):-

अ) ब्रँड आणि प्रॉडक्टमधील फरक

आ) ब्रँड हायरारकी

इ) ब्रँड असोसिएशन

ई) ब्रँड बिल्डिंगमधील अत्यावश्यक घटक

उ) ब्रँड अवेअरनेस

\*\*\*\*\*

(१५)

(१५)

(१५)



12

4. खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा

अ. फेसबुकवर फॅन पेज असण्याचे फायदे काय ?

८

ब. व्यवसायासाठी ट्विटर मार्केटिंग चे विविध घटक स्पष्ट करा

७

किंवा

अ. माहिती तंत्रज्ञान कायद्याची महत्त्वाची वैशिष्ट्ये काय आहेत ?

८

ब. लिंकडीनद्वारे ब्रॅंड प्रतिमा तयार करण्याचे आणि लिड्स निर्माण करण्याचे विविध मार्ग कोणते ?

७

5. खालीलपैकी कोणत्याही तीन टिपा लिहा

१५

अ. ब्लॉग मार्केटिंग

ब. वेब अॅनालिटिक्स

क. वेबसाइट्स नेव्हीगेशन

ड. मल्टीमीडियाचे घटक

इ. कंटेंट रायटिंगची मुलतत्त्वे

\*\*\*\*\*

(मराठी भाषांतर)

वेळ : - 2½ तास

एकूण गुण : 75

सूचना :

1. सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.
2. उजवीकडिले अंक पूर्ण गुण दर्शवतात.
3. आवश्यक तिथे उदाहरण आणि आकृती काढा.

प्रश्न 1 (अ) खालील संकल्पना स्पष्ट करा

(5)

- 1) संस्कृतीकरण
- 2) स्वप्रतिमा.
- 3) ग्राहकाची वंशवादीवृत्ती
- 4) निरीक्षणात्मक अध्ययन
- 5) सुप्त जाहिरात

प्रश्न 1. (ब) श्री.संदीपगुप्ता मुंबईमध्ये मीडिया प्रोफेशनल म्हणून कार्यरत आहेत. पुढच्या महिन्यात त्यांचे शेफालीशी लग्न होणार आहे. शेफाली एक गुंतवणूक बँकर आहे; हे दोघेही त्यांच्या भविष्यासाठी आणि त्यांच्या भविष्यातील वित्तीय नियोजनाचा विचार करत आहेत.

1. कौटुंबिक जीवन चक्रातील विविध टप्प्यांचा उल्लेख करा आणि सध्या ते कौटुंबिक जीवन चक्राच्या कोणत्या टप्प्यात आहेत हे समजावून सांगा. (5)
2. या जोडप्याला त्यांच्या भविष्यातील टप्प्यात कोणती उत्पादन लागतील याची उदाहरणे द्या. (5)

प्रश्न 2. (अ) संवाद प्रक्रियेचे संदेश घटक (रचना आणि क्रम) स्पष्ट करा. (7)

प्रश्न 2 (ब) मन वळविण्यासाठी मध्यवर्ती आणि केंद्रीय मार्गाचा जाहिरातीमध्ये कसा उपयोग केला जातो. संबंधित जाहिरातीची उदाहरणे द्या. (8)

किंवा

प्रश्न 2 क. फ्रॉइडच्या व्यक्तिमत्त्वाच्या सिद्धांतावर टिपण लिहा. (7)

ड मास्लो चा श्रेणीय (Hierarchy) गरजेचा सिद्धांत प्रत्येक पातळीवरील एका जाहिरातीचे उदाहरण देऊन स्पष्ट करा. (8)

प्रश्न 3 अ) उपसंस्कृतीच्या प्रकारांवर एक टिपण लिहा. (7)

ब) पारंपरिक भारतीय मूल्यांचे प्रतिनिधित्व करणाऱ्या जाहिरातीची उदाहरणे द्या. युक्तिवाद करून आपली उदाहरणे स्पष्ट करा. (8)

किंवा

प्रश्न क) अभिवृत्ती निर्मितीवर प्रभाव पाडणारे घटक स्पष्ट करा. वृत्ती परिभाषित करा आणि वृत्ती तयार करण्यावर परिणाम करणारे विविध घटकांचे स्पष्टीकरण द्या. (7)

ड) कोणत्याही विद्यमान जाहिरात संदेशांचे वर्णन करा आणि विपणनकर्त्याने जाहिरातीद्वारे ग्राहकांच्या संज्ञानातील असंतोष कमी करण्याचा कसा प्रयत्न केला त्याचे विश्लेषण करा. (8)

प्रश्न 4. अ ग्राहक निर्णय प्रक्रियेचे मुलभूत मॉडेल स्पष्ट करा. चुट्टीसाठी परदेशात जाण्यासाठी निवड करतांना आपण हे मॉडेल कसे वापराल ? स्पष्ट करा. (15)

किंवा

ब) बाजारामध्ये नव्यानेच येणाऱ्या आणि विविध प्रकारच्या कार्यक्रमाची आखणी असणाऱ्या मनोरंजन वाहिनीच्या जाहिरातीसाठी SRI VALS II मूल्य आणि जीवनशैली वर्गवारीचा वापर कसा कराल ? लक्ष्य आणि बाजारपेठेतील स्थान यासाठी कंपनी कोणती रणनीती वापरेल ? स्पष्ट करा (15)

प्र. 5 टिपा लिहा ( कोणत्याही 3 ) (15)

1. मतनायक
2. ग्रहण (adoption) प्रक्रिया
3. ग्राहक वर्तनाचे समकालीन प्रवाह
4. संदर्भ गट
5. आवाहनाचे (अपील) प्रकार

20/11/19  
TUBMM

Paper / Subject Code: 27305 / Journalism : Feature & Opinion

21

14

[Time: 2 ½ Hours]

[Marks:75]

Please check whether you have got the right question paper.

N.B: Attempt all questions.

1. Write a feature arising from the recent Assembly Elections in Maharashtra. Give your story 15  
a headline.

OR

How is a feature different from a news report? Is soft news less relevant than hard news? 15  
Explain your response.

2. Write an interview in the question – answer format with any one of the following - 15

- a. Nobel laureate Abhijit Banerjee
- b. Vicky Kaushal
- c. Aaditya Thackeray
- d. Hima Das

3. Write a nostalgic feature of your choice. Give it a headline (250 to 400 words). 15

OR

- a. What are the different types of 'leads' in feature writing? 08
- b. Write a detailed note on Agony Aunt Columns. 07

4. Explain the importance of editorials in daily newspapers. Why has the impact of the editorial page eroded through recent decades? 15

OR

- a. What is a profile? Write a profile of your favorite journalist. 08
- b. What is a seasonal story? Explain with examples. 07

5. Write short notes on any three

- a. Book Review
- b. Snippets
- c. Travel Story
- d. Telephonic Interview
- e. Obituary

\*\*\*\*\*

22

15

[वेळ: २ ½ तास]

[गुण: ७५]

सूचना: सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.

प्र.१ अ) नुकत्याच पार पडलेल्या महाराष्ट्र विधानसभा निवडणुकीवर आधारित लेख लिहा. तुमच्या लेखाला योग्य मथळा द्या. १५

किंवा

प्र.१ ब) लेख (फिचर) हे बातम्यापेक्षा वेगळे कसे असतात? सॉफ्ट न्यूज या हार्ड न्यूज पेक्षा कमी महत्त्वाच्या आहेत का? तुमचे मत स्पष्ट करा. १५

प्र.२ खालीलपैकी कोणत्याही एका व्यक्तीची मुलाखत प्रश्नोत्तराच्या स्वरूपात लिहा. १५

- अ. नोबेल विजेते अभिजित बॅनर्जी
- ब. विकी कौशल
- क. आदित्य ठाकरे
- ड. हिमा दास

प्र.३ तुमच्या आवडीनुसार गतस्मृतीपर (Nostalgic) लेख सुमारे २५० ते ४०० शब्दांत लिहा. या लेखाला योग्य मथळा द्या. १५

किंवा

- अ. लेख लिहिताना (फिचर रायटिंग) कोणते अग्रभाग (शिरोभाग) असतात? ०८
- ब. अँगोनी आँट कॉलमवर विस्तृत टीप लिहा. ०७

प्र.४ दैनंदिन वृत्तपत्रातील संपादकीयचे महत्त्व स्पष्ट करा. अलीकडील दशकांमध्ये संपादकीय पानाचे महत्त्व का कमी होत चालले आहे? १५

किंवा

- अ. व्यक्तिचित्र म्हणजे काय? तुमच्या आवडत्या पत्रकाराचे व्यक्तिचित्र लिहा. ०८
- ब. प्रासंगिक लेख म्हणजे काय? उदाहरणासहित स्पष्ट करा. ०७

प्र.५ कोणत्याही तीन टीपा लिहा. १५

- अ. ग्रंथपरीक्षण (पुस्तक समीक्षण)
- ब. स्फुट लेख (Snippets)
- क. प्रवास वर्णन (Travel Story)
- ड. दूरध्वनीवरील मुलाखत
- इ. श्रद्धांजली लेख

\*\*\*\*\*

TyBMM - Sem-VI

Paper / Subject Code: 55603 / Advertising: Legal Environment and Advertising Ethics.

ATKT

36

Time: 2.30 Hours

Marks: 75

- Note: 1) All questions are compulsory.  
2) Figures to the right indicate full marks.  
3) Internal choices are provided.

- Q 1) A) Explain the relationship between self regulation, code of ethics and the legal environment in the media with reference to-
- i) Emblems and Names (prevention of improper use act).
- OR**
- ii) Copyright Act. 10
- B) i) Examine Naomi Woolf's views on advertising and women in her book The Beauty Myth.
- OR**
- ii) Examine Jean Kilbourne's views on Advertising and American society. 05
- Q2) A) Explain the importance of ethics while advertising to-
- i) Children and advertising
- OR**
- ii) Senior Citizens 08
- B) i) What is Defamation? Explain with reference to Advertising.
- OR**
- ii) What is RTI? Explain with examples.
- Q3) A) i) Discuss the role of CGSI for consumer protection and education.
- OR**
- ii) Examine the importance of Essential Commodities Act to protect consumer interests. 08
- B) i) Discuss the role of standardization bodies like:
- ISO and BIS 07
- OR**
- ii) AGMARK and Six Sigma
- Q4) A) List some of the unfair trade practices with a special focus on:  
Small print clarification and misleading comparisons. 08
- B) Discuss in detail important socio-economic criticisms of advertising. 07
- OR**
- Q4) C) How does advertising influence society? Examine the social responsibility of advertising and the role of advertising as a moulder of opinion and values. 15
- Q5) Write short notes on any three of the following- 15
- a) Contempt of Court
  - b) Political advertising
  - c) AAAI
  - d) Rights of consumers
  - e) Press Council of India

65871

Page 1 of 3

6E6B8049473C91AE8ED0AF0BB4E3B7DC

188937

771405