



(दूरवर्ती शिक्षा पाठ्यक्रम)

¼, d o' kh% i kLVxstq V fMly k% foKki u , d tul i d%
dy vd

1. प्रथम पत्र – विज्ञापन एवं जनसंपर्क के आधारभूत सिद्धान्त	100
2. द्वितीय पत्र – व्यावहारिक विज्ञापन	100
3. तृतीय पत्र – विज्ञापन-नैतिकता, आचार संहिता एवं कानून	100
4. चतुर्थ पत्र – व्यावहारिक जनसंपर्क, आचार संहिता एवं कानून	100
5. पंचम पत्र – विपणन एवं प्रबंधन के आधारभूत सिद्धान्त	100
6. षष्ठ पत्र – प्रोडक्शन (विज्ञापन एवं जनसंपर्क)	100

uk%/%&

1. प्रोडक्शन पेपर (षष्ठ पत्र) के अतिरिक्त सभी प्रश्न पत्रों में कुल 10 प्रश्न होंगे। इनमें से कुल पांच प्रश्नों के उत्तर अनिवार्य होंगे तथा सभी प्रश्नों के अंक समान होंगे।
2. परिक्षार्थी अपना प्रश्नोत्तर सिद्धान्त प्रश्न पत्र, (थ्योरी पेपर) एवं प्रोडक्शन पत्र में हिन्दी या अंग्रेजी किसी भी माध्यम से स्वेच्छानुसार लिख सकता है।

3. प्रश्न पत्र हिन्दी एवं अंग्रेजी दोनों भाषाओं में मुद्रित होंगे।

i fke i =

foKki u , oa tul i dZ ds vk/kkj Hkkr fl) kUr

i wkkZd% 100
mrh.kZ vad% 40
I e; % 3?k. Vs

विज्ञापन: परिचय, परिभाषा, वर्गीकरण तथा विकास। नवीन विज्ञापनों के रूप। विज्ञापन के कार्य एवं प्रभाव। भारतीय जनमाध्यमों का परिदृश्य। विज्ञापन की प्रक्रिया एवं अनिवार्यता। विज्ञापन के प्रेरणात्मक एवं अनुनयात्मक संचार। ग्योबल्स के दस सिद्धान्त। विज्ञापन—संचार एवं प्रभाव बुनियादी प्रारूप। विज्ञापन, जनसंपर्क, प्रचार तथा प्रोपेगण्डा में अन्तर। दूरवर्ती शिक्षा।

f}rh; Hkx %

सामाजिक—विज्ञापन: अवधारणा तथा प्रक्रिया।

r rh; Hkx %

विज्ञापन समितियों (एजेंसियों) की संरचना एवं कार्य प्रणाली, परमर्शी (कंस्लटैन्सी), श्रेणीबद्धीकरण (इम्पैनलिंग) राजस्व (रिवेन्यू) तथा व्यय। स्थान—विक्रय। भारत एवं विश्व की प्रमुख विज्ञापन एजेंसियां ।

uk\/%&

1. प्रोडक्शन पेपर (षष्ठ पत्र) के अतिरिक्त सभी प्रश्न पत्रों में कुल 10 प्रश्न होंगे। इनमें से कुल पांच प्रश्नों के उत्तर अनिवार्य होंगे तथा सभी प्रश्नों के अंक समान होंगे।
2. परीक्षार्थी अपना प्रश्नोत्तर सिद्धान्त प्रश्न पत्र, (थ्योरी पेपर) एवं प्रोडक्शन पत्र में हिन्दी या अंग्रेजी किसी भी माध्यम से स्वेच्छानुसार लिख सकता है।
3. प्रश्न पत्र हिन्दी एवं अंग्रेजी दोनों भाषाओं में मुद्रित होंगे।

i z u i = & 2

0; kogkfj d foKki u

dy v d % 100

mrh. k v d % 40

l e; %

3?k. Vs

foKki u ds ek/; e %

अखबार, पत्रिकायें, इलैक्ट्रानिक माध्यम, रेडियो, दूरदर्शन, चलचित्र, इंटरनेट। पोस्टर, बैनर, होंडिंग, भित्ति लेखन, गतिमान माध्यम, अन्य विशेष प्रकार के माध्यम। विभिन्न माध्यमों के फायदे एवं नुकसान, नये माध्यमों का उत्थान — प्रायोजित कार्यक्रम, सड़क किनारे किये जाने वाले शो, इंटरनेट विज्ञापन आदि।

b\ju\ foKki u — इंटरनेट विज्ञापन की तकनीकी शब्दावली, इंटरनेट का इतिहास एवं वृद्धि। इंटरनेट विज्ञापन के प्रकार। इंटरनेट विज्ञापन के फायदे एवं नुकसान। पारंपरिक विज्ञापन एवं इंटरनेट विज्ञापन। इंटरनेट विज्ञापन में आने वाले नये आयाम।

ys\kmV , oa fM t kbL%

विचार एवं उत्थान, सृजनात्मकता के प्रकार, लेटरल सोच, विज्ञापन में सृजनात्मकता विचार उत्पन्न क्रिया, विज्ञापन कॉपी लिखने के तरीके, चित्रकारी (विजुअलाइजेशन) के विभिन्न तरीके।

पत्र-पत्रिकाओं के लिए किए जाने वाले विज्ञापनों का ले-आउट एवं डिजाइनिंग, स्लोगन, विजुअल एवं कापी, संतुलन एवं सौहार्द, रंगों का मनोविज्ञान, सिंबल, कार्टून एवं ग्राफिक्स।

रेडियों एवं टी.वी. के लिए कॉपी लिखना। मीडिया प्लानिंग एवं कार्यशैली। टी. वी. एवं रेडियों के लिए विज्ञापन निर्माण की प्रक्रिया।

foKki u vfHk; ku %

अभियान योजना, अभियान के उद्देश्य निर्धारितकरना, लक्षित समूह, साईकोग्राफिक्स, सृजनात्मक रणनीति, मूल्यांकन एवं विश्लेषण, तालमेल एवं मूल्यांकन। बजट निर्धारण मीडिया संरचना, मीडिया विकल्प एवं मीडिया चुनाव, विज्ञापन प्रचार अभियानों की केस स्टेडीज। डी.ए.वी.पी. की संरचना।

uk\$/%&

1. प्रोडक्शन पेपर (षष्ठ पत्र) के अतिरिक्त सभी प्रश्न पत्रों में कुल 10 प्रश्न होंगे। इनमें से कुल पांच प्रश्नों के उत्तर अनिवार्य होंगे तथा सभी प्रश्नों के अंक समान होंगे।
2. परीक्षार्थी अपना प्रश्नोत्तर सिद्धान्त प्रश्न पत्र, (थ्योरी पेपर) एवं प्रोडक्शन पत्र में हिन्दी या अंग्रेजी किसी भी माध्यम से स्वेच्छानुसार लिख सकता है।
3. प्रश्न पत्र हिन्दी एवं अंग्रेजी दोनों भाषाओं में मुद्रित होंगे।

रिह; i =

foKki u&u\$rdrk] vkpkj l fgrk , oa dkuu l fonk

dy vad % 100

mrh.kl vad% 40

l e; % 3?k.Vs

foKki u , oa u\$rdrk

परिभाषा, विज्ञापन में आचार संहिता या नैतिकता से तात्पर्य विज्ञापन उद्योग में नैतिकता की आवश्यकता एवं इसका क्षेत्र विज्ञापन में स्वनियमावली, सामाजिक उत्तरदायित्व एवं संत्यता। उपभोक्ता विश्वास अर्जनहेतु सृजन या प्रयास। अविश्वसनीय एवं भ्रामक विज्ञापन, नैतिकता तथा सरकारी नियमावली।

उपभोक्ता संगठन एवं विज्ञापन, विज्ञापन संगठनों एवं विज्ञापन दाताओं द्वारा सवैच्छिक नियंत्रण, भारतीय विज्ञापन मानक परिषद, विस्तृत अध्ययन, विज्ञापन में कामुकता एवं भय। भारतीय विदेशी तथा व्यक्तिगत उदाहरणों एवं घटनाक्रमों का अध्ययन। भारत में विज्ञापन प्रकाशन के लिए विज्ञापन संहिता।

(क) मुद्रण माध्यम के लिए— उद्देश्य, सिद्धान्त एवं व्यवहार।

(ख) इलेक्ट्रानिक माध्यम— रेडियो (आकाशवाणी)

टेलिविजन (दूरदर्शन)

इंटरनेट

- ब्रिटेन तथा अमेरिका के संदर्भ में विज्ञापन संहिता।
- उत्पादसंहिता — तंबाकू, शराब, अस्त्र— शस्त्र एवं औषधि।
- संबंधित घटनाओं का अध्ययन: भारतीय, विदेशी एवं निगमित।

foKki u ds dkuu%

परिचय— विज्ञापन कानून की अनिवार्यता तथा विज्ञापन उद्योग के विभिन्न स्वरूप या दिशाएं

- विज्ञापन कानून का सामान्य स्वरूप।
- विज्ञापन तथा प्रतिबंधों की संवैधानिकता।
- विज्ञापन संबंधी कानून।
- विज्ञापन तथा संविधान के अनुच्छेद 19 (1 तथा 2)
- औषधि एवं चमत्कारिक निदान अधिनियम 1954
- विज्ञापन से संबंधित धाराएं।
- भारतीय दंड संहिता 1868
- भारतीय संविदा अधिनियम 1872
- पंजाब अधिनियम 1914
- बैंकीकृत तथा गैर बैंकीकृत वित्तीय विविध अधिनियम।
- युवाओं से संबंधित हानिप्रद प्रकाशन अधिनियम 1956
- औषधि एवं सौंदर्य प्रसाधन अधिनियम 1956
- औषधि एवं सौंदर्य प्रसाधन अधिनियम 1940
- कॉपीराइट एक्ट 1957
- पेटेंट तथा ट्रेडमार्क अधिनियम।
- मानहानि अधिनियम तथा विज्ञापन उद्योग।
(मानहानि अधिनियम कानून) 1950
- भारतीय डाक अधिनियम 1898
- सेंसरशिप (प्रतिबंध) तथा विज्ञापन।
- लॉटरी तथा पुरस्कार प्रतियोगिता अधिनियम।
- विज्ञापन द्वारा अदालत की अवमानना।
- विज्ञापन एवं सामाजिक उत्तरदायित्व।
- भारतीय विज्ञापन स्तरीय परिषद के उद्देश्य तथा कार्य।
- विज्ञापन की अस्वीकृति— विशिष्ट एवं सामान्य आधार पर

uk\$/%&

1. प्रोडक्सन पेपर (षष्ठ पत्र) के अतिरिक्त सभी प्रश्न पत्रों में कुल 10 प्रश्न होंगे। इनमें से कुल पांच प्रश्नों के उत्तर अनिवार्य होंगे तथा सभी प्रश्नों के अंक समान होंगे।
2. परिक्षार्थी अपना प्रश्नोत्तर सिद्धान्त प्रश्न पत्र, (थ्योरी पेपर) एवं प्रोडक्सन पत्र में हिन्दी या अंग्रेजी किसी भी माध्यम से स्वेच्छानुसार लिख सकता है।
3. प्रश्न पत्र हिन्दी एवं अंग्रेजी दोनों भाषाओं में मुद्रित होंगे।

प्रकृति =

0; ogkfjd tul i dz , oa tul i dz l fgrk

dy vad % 100
mrh.k vad % 100
l e; % 3 ?k.Vs

0; ogkfjd tul i dz

जनसंपर्क के सिद्धान्त एवं प्रारूप, जनसंपर्क के उपकरण इन हाउस जनसंपर्क की संरचना एवं कार्य प्रणाली । व्यवसायिक जनसंपर्क एंजेंसियों की संरचना एवं कार्य प्रणाली, जनसंपर्क योजना एवं क्रियान्वयन। प्रैस रिलीज : लेखन एवं वितरण। प्रैस-सम्मेलन। सांस्थानिक जनसंपर्क एवं अन्तर्राष्ट्रीय जनसंपर्क । छवि निर्माण तथा दबाव समूह, नवीन जनसंपर्क तथा इन्टरनेट। जनसंपर्क अभियान: (घटना अध्ययन एवं मूल्यांकन)।

tul i dz l fgrk %

1. परिभाषा
2. जनसंपर्क करने वाले व्यक्तियों का आमतौर पर आचार
3. अंतराष्ट्रीय जनसंपर्क एसोसिएशन आचार संहिता
4. भारतीय जनसंपर्क समाज (पी. आर. एस. आई) की आचार संहिता
5. आल इंडिया रेडियो संहिता
6. दूरदर्शन संहिता
7. व्यवसायिक जगत कोड— आंतरिक संहिता, एवं बाह्य संहिता
8. व्यक्तिगत संहिता
9. जनसंपर्क एवं विश्वसनीयता
10. संकट प्रबंधन में जनसंपर्क की भूमिका
11. जनसंपर्क अभियान में सच्चाई
12. जनसंपर्क व्यवहारिक रूप में
13. जनसंपर्क की केस स्टडी (घटना अध्ययन)— कानून एवं संहिता के संदर्भ में
14. जनसंपर्क एवं कानून।

uk\$/%&

1. प्रोडक्सन पेपर (षष्ठ पत्र) के अतिरिक्त सभी प्रश्न पत्रों में कुल 10 प्रश्न होंगे। इनमें से कुल पांच प्रश्नों के उत्तर अनिवार्य होंगे तथा सभी प्रश्नों के अंक समान होंगे।
2. परीक्षार्थी अपना प्रश्नोत्तर सिद्धान्त प्रश्न पत्र, (थ्योरी पेपर) एवं प्रोडक्सन पत्र में हिन्दी या अंग्रेजी किसी भी माध्यम से स्वेच्छानुसार लिख सकता है।
- 3 प्रश्न पत्र हिन्दी एवं अंग्रेजी दोनों भाषाओं में मुद्रित होंगे।

ipe i =

foi .ku , oa i c/ku ds vk/kkjHkr fl) kUr

dy vad % 100
mrh.k vad % 100
I e; % 3 ?k.Vs

foi .ku%

विपणन के औजार चार पी – प्रोडक्ट (उत्पाद) प्राइस (दाम) प्लेस (स्थान), प्रमोशन (प्रोन्नति) बाजार समूह – लक्ष्य निर्धारण एवं स्थान निर्धारण (पोजिशनिंग) बाजार के माहौल का विश्लेषण करना। उपभोक्ता के व्यवहार का अध्ययन करना। जरूरतें एवं उत्साह। सामाजिक ढांचा, उपभोगताग्राह्य शक्ति प्रमोशन मिक्स–विज्ञापन, सीधी–बिक्री बिक्री–संवर्धन, मरचैन्डाईजिंग, जनसम्पर्क। ब्रांड प्रबंधन–ब्रांड व्यक्तित्व, ब्रांड संस्थान निर्धारण, ब्रांड संवर्धन, ब्रांड मूल्यांकन, नए ब्रांडों का विकास। विपणन में नवीन आनुभाविक – (एक्सपिरिमेंटल) विपणन, इंटीग्रेटिड विपणन, संचार संबंधों पर आधारित विपणन, नेटवर्क विपणन, साइबर विपणन, ई–व्यापार, एम–व्यापार।

i c/ku% परिभाषा एवं प्रक्रिया। मानव संसाधन प्रबंधन – ग्रहण करने की प्रक्रिया, सीखने की प्रक्रिया, उत्साह प्रक्रिया, व्यक्तित्व विकास। एक अच्छे प्रबंधक की भूमिका एवं गुण एन्टरप्रेन्योरशिप – नए वैचारों का बनाना, प्रबंधन में भावी ट्रेंड।

uk%&

1. प्रोडक्सन पेपर (षष्ठ पत्र) के अतिरिक्त सभी प्रश्न पत्रों में कुल 10 प्रश्न होंगे। इनमें से कुल पांच प्रश्नों के उत्तर अनिवार्य होंगे तथा सभी प्रश्नों के अंक समान होंगे।
2. परिक्षार्थी अपना प्रश्नोत्तर सिद्धान्त प्रश्न पत्र, (थ्योरी पेपर) एवं प्रोडक्सन पत्र में हिन्दी या अंग्रेजी किसी भी माध्यम से स्वेच्छानुसार लिख सकता है।
3. प्रश्न पत्र हिन्दी एवं अंग्रेजी दोनों भाषाओं में मुद्रित होंगे।

k' B i =

i kMDI u % foKki u , oa tul i dZ

dy v d % 100
mrh.k v d % 100
l e; % 3 ?k.Vs

foKki u , oa tul i dZ i kMDI u

प्रत्येक विद्यार्थी को विज्ञापन एवं जनसंपर्क संबंधी निम्नलिखित सामग्री का एक संग्रह बनाकर तैयार करना होगा—

1. पत्र-पत्रिकाओं के लिए विज्ञापन लेखन—

1) क्लासीफाईड6.....3
2) क्लासीफाईड डिस्पले6.....3
3) डिस्पले5.....10

(हर एक के साथ डेमोग्राफिक एवं मनोवैज्ञानिक प्रोफाईल संलग्न हो)।

2. रेडियो स्पाट एवं जिंगल लिखना3.....6

(निर्माण योग्य स्क्रिप्ट)

3. पंफ्लैट3.....6
ब्रोशर3.....6
भित्ति- लेखन6.....3
बैनर3.....3
पोस्टर5.....10
प्रेस विज्ञप्ति5.....5
न्यूज पत्र5.....5

(गृह पत्रिका)

24 पेजों की1.....10
डायरैक्ट मेलर2.....2
टी.वी. विज्ञापन1.....5

निर्माण योग्य स्क्रिप्ट

भाषण लिखना1.....5

व्यवसायिक जगत के लिए

4 पेज का साहित्य लिखना2.....5

एक विज्ञापन अभियान एवं

जनसंपर्क प्रचार अभियान1.....10

Ukk3/%&

इस पेपर में विद्यार्थी के पास पुनः पेपर देने का विकल्प है लेकिन पुनः मूल्यांकन सम्भव नहीं है। उल्लेखनीय है कि परीक्षार्थी यदि चाहे तो पुनः मूल्यांकन के बजाय पुनर्संशोधित स्वरूप में इस प्रपत्र को पुनः प्रस्तुत कर सकता है।

**COURSE CURRICULUM
FOR
POST GRADUATE DIPLOMA IN ADVERTISING &
PUBLIC RELATIONS
(THROUGH DISTANCE EDUCATION)**

Paper I Basic Principles of Advertising & Public Relations

Paper II Practice of Advertising

Paper III Advertising Ethics, Codes and Laws

Paper IV Practice of Public Relations

Paper V Basic Principles of Marketing & Management

Paper VI Production or Assignment

PAPER -1

Total Marks-100

Pass Marks-40

Time-3Hrs

Basic Principles of Advertising & Public Relations

Part-1

Advertising: Introduction, Definition, Classifications, growth and development of Advertising, Scenario of Indian Media, Process of Advertising and its need. Motivational & persuasive communication of Advertising. Ten principles of Goebel's, Basic Models of Advertising Communication. Difference between Advertising, Public Relations & Publicity, Extension Education.

Part-II

Social Advertising; Concept & Process

Part-III

Structure and function of an Advertising Agency, consultancy, empanelling, Revenue and expenditure, space selling, Leading advertising agencies of India & World.

Public Relations: Definition, Function and Development; difference between Public Relations and Corporate Communication, Its function and need. Public Relations in Private and Public Sector. Corporate Identity and Corporate Image building. Crisis Communication, Lobbying, Public-Issue Communication. Government Public Relations(Central and State)—with special reference of Directorate of Field Publicity and Press Information Bureau.

Note: There will be 10 questions out of which five will have to be answered. All questions carry equal marks. The students will have the option to write their answers both in English or Hindi in the theory examination & assignment.

PAPER II

Total Marks: 100

Pass Marks: 40

Time: 3 Hrs.

PRACTICE OF ADVERTISING

Newspaper, Magazine, Radio, Doordarshan, Film Internet, Poster, Banners, Hoarding, Wall Writing, Transit Media, Other Miscellaneous Media. Advantages and Disadvantages of various Media. Characteristics of Media. Emerging Media, Sponsored Programmes, Road Show.

Internet Advertisement: Glossary of Internet Advertisement, History and Growth of Internet, Kinds of Internet advertisement. Advantages and disadvantages of Internet Advertisement. Traditional & Internet Advertisement. New Dimensions in Internet Advertisement, Layout & Design; Idea Generation, Kinds of Creativity, Creativity in Advertising, Idea Generation Process. Style of Copywriting, Various kinds of Visualization. Layout & Designing of the advertisement for Journal & Magazine: Slogans, visual & copy, Balance & Harmony, Psychology of colors, symbols, cartoon & Graphics; copywriting for Radio & TV.

Media Planning & Activities: Advertisement process for Radio & TV.

Advertising Campaign: Campaign Planning, Objectives, Target Groups; Psychographics, Creative Strategies, Evaluation and Analysis, Budgeting.

Media: Structure, Media –option, media selection, case studies of Advertising campaigns & structure of DAVP.

Note:- There will be 10 questions out of which five will have to answered. All questions carry equal marks. The students shall have the option to write their answers both in English or Hindi in the theory examination & assignment.

Paper-III

Total Marks-100

Pass Marks- 40

Time- 3hrs.

Advertising Ethics & Codes of Laws

Advertising Ethics : Definition of ethics, what ethics of advertising ? Need and scope of ethics for practice in advertising industry. Social responsibility & self regulation, credibility in advertising, untruthful and fraudulent advertising; Government regulations and ethics in advertising, consumer organizations and advertising, voluntary control by advertising agencies, voluntary control by advertisers. Advertising Standards Council of India.

Study in detail: Sex in advertising, Horror in advertising.

Case studies: Indian, Foreign Individual and corporate. Advertising codes for publishing advertisement in India:-

- i) For print media: Aims and objectives.
- ii) For electronic media: Radio (AIR), TV (D.D), Cinema & Internet.

Advertising code for U.K. & U.S.A. Product codes- Tobacco, Alcohol, Arms and Ammunition, Drugs case study.

Part –II

Introduction: Need of advertisement laws and dimensions of advertisements business/ industries. Nature of Ad Laws in general. Constitutionality of restrictions and Ads.

- Laws relating to advertising.
- Advertising and article 19 (1 and 2) of Constitution.
- Drugs and Magic Remedies Act 1984.

- Sections relating to advertising in IPO code 1868, Indian Contract Act 1872.
- The Punjab Act 1914, MRTP Act 1984.
- Banking and Non Banking Financial Institutions Act.
- Young Person Harmful Publication Act 1986.
- Drugs and Cosmetics Act. 1940.
- Copyright Act 1987.
- Patent & Trade Marks Act.
- Defamation/ Libel Laws and Ad industries/ Business, The emblems & names (Prevention of Improper Use) in ad business/ industry, Act 1980.
- Indian Food Act 1890.
- Censorship and Advertising.
- Lottery and prize competition Act.
- Contempt of Court by advertisement.
- Objectives and functions of (A.S.C.- Advertising Standards Council)
- Rejections of advertisements on specified /unspecified grounds.

Note:

There will be 10 questions out of which five will have to be answered. All questions carry equal marks. The students shall have the option to write their answers both in English or Hindi in the theory examination & assignment.

Paper-IV

Total Marks-100

Pass Marks- 40

Time- 3hrs.

PRACTICE OF PUBLIC RELATIONS & CODE OF ETHICS OF PUBLIC RELATIONS

Practice of Public Relations: Principles and modes of public relations. Tools of Public Relations, structure and functions of in House Public Relations, Structure and functions of commercial public relations agencies. Planning and implementation of public relations campaign.

Press Release: Writing and distributions, Press conference, Institutional public relations & International public relations. Image building & Pressure groups. New public relations & Internet. Public relations campaigns: case studies & evaluation.

Code of ethics of P.R.

Definition, conduct of Public relations professional,; code of conduct of International Public Relations Association; code of All India Radio; Code of conduct of Public Relations Society of India (PRSI). Code of TV (D.D.) Code of Professional World; Internal & external code; Personal Code; Public Relations and Credibility; Role of Public Relations is crisis management, Truth in Public Relations campaign, Public Relations in Practice, Case studies of Public Relations:- with the reference to laws and codes: Public Relations & Laws.

Note: There will be 10 questions out of which five will have to be answered. All questions carry equal marks. The students shall have the option to write their answers both in English or Hindi in the theory examination & assignment.

Paper-V

Total Marks-100

Pass Marks- 40

Time- 3hrs.

BASIC PRINCIPLES OF MARKETING & MANAGEMENT

Marketing:

Definitions and Core Concepts

Marketing tools

4 P's-Product, Price, Place and Promotion

Market Segmentation-Targeting and Positioning

Analyzing the marketing environment

Study of Consumer behavior. Needs and motivation. Group dynamics.

Social surroundings. Consumer perception.

Promotion mix-Direct selling, Advertising, Sales promotion, Merchandising, Public Relations.

Brand evaluation. Development of new brands.

New trends in Marketing-Experiential Marketing, Integrated Marketing Communication, Relationship Marketing, Network Marketing, cyber Marketing , e/m Commerce.

Ethics and Marketing

Management:

Definition and Concept

Planning, organizing, implementing, controlling and evaluating

Decision making process

Organization-Classical organization, Modern organization

Communication process, control process

Human Resource Management-The perceptual process, the learning Process, the motivation process, Personality development.

Role & qualities of a good Manager.

Entrepreneurship- creating new ventures.

Future trends in Management

Note: There will be 10 questions out of which five will have to be answered. All questions carry equal marks. The students shall have the option to write their answers both in English or Hindi in the theory examination & assignment.

Paper-VI

Total Marks-100

Pass Marks- 40

Time- 3hrs.

PRODUCTION/ ASSIGNMENT (ADVERTISING & PUBLIC RELATIONS):

Each student will prepare a collection of following materials:-

1. Advertisement writing for Newspapers and Magazines

1.	Classified	-----	6	-----	3
2.	Classified Display	-----	6	-----	3
3.	Display	-----	5	-----	10

Demographic & Psychographic profile

2	Radio spot & zingles (Script)	-----	3	-----	6
3	Pamphlets	-----	3	-----	6
	Brochures	-----	3	-----	6
	Wall writing	-----	6	-----	3
	Banners	-----	3	-----	3
	Posters	-----	5	-----	10
	Press Release	-----	5	-----	5
	News Letters	-----	5	-----	5
	(House Journals 24 pages	-----	1	-----	10
	Direct Mail	-----	2	-----	2
	(Television Advertisement)	-----	1	-----	1
	Script for speech	-----	1	-----	5
	Mission, Objectives & Values of two Corporate Sector	-----	1	-----	10
	One Advertisement	-----	1	-----	10

Campaign & One Public Relations Campaign

Note: Students have option to resubmit the paper, but not reevaluate the paper.