

PART C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

20. Discuss the objectives of marketing research.  
சந்தையியல் ஆய்வின் நோக்கங்களை விவாதிக்க.
21. Discuss the merits and limitations of different methods of random sampling.  
எதேச்சையான மாதிரியை எடுத்தலின் பல்வேறு முறைகளின் நன்மை மற்றும் தீமைகளை விவாதிக்க.
22. What is product development? Explain various stages involved in product development process.  
பொருள் மேம்பாடு என்றால் என்ன? பொருள் மேம்பாட்டு செயல்முறையில் உள்ளடங்கும் பல்வேறு படிநிலைகளை விளக்குக.
23. What is the need for advertising research? Explain the communication effect and sales effect advertisement research methods.  
விளம்பர ஆய்விற்கான தேவை யாது? சிறந்த விளம்பர ஆய்வு முறைக்கு சிறந்த விற்பனை மற்றும் தகவல் முறைகளை விளக்குக.
24. Explain the contents of a marketing research report.  
சந்தையியல் ஆய்வு அறிக்கையின் உள்ளடக்கங்களை விவரி.

NOVEMBER 2019

72213/MAM5S/  
BPM5D

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

PART A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer any TEN questions.

1. What is meant by marketing research?  
சந்தையியல் ஆய்வு என்றால் என்ன?
2. How does marketing research help to identify the needs of individuals?  
சந்தையியல் ஆய்வு தனிநபர் தேவையின் அடையாளங்களை எவ்வாறு உதவ முடியும்?
3. What is random sampling?  
எதேச்சையான மாதிரி என்றால் என்ன?
4. List the sources of primary data.  
முதல் நிலைத் தகவல் ஆதாரங்களை பட்டியலிடுக.
5. Distinguish between a structured and unstructured interview.  
கட்டமைக்கப்பட்ட நேர்காணலிலிருந்து கட்டமைக்கப்படாத நேர்காணல் இடையேயான வேறுபாடுகள் தருக.
6. What are goals?  
இலக்குகள் என்றால் என்ன?

4

72213/MAM5S/  
BPM5D

III BBA Marketing Research.

7. Give the meaning of product planning.  
பொருள் திட்டமிடல் என்பதன் பொருள் தருக.
8. How would you classify selling expenses?  
விற்பனை செலவுகளை நீவிர் எவ்வாறு வகைப்படுத்துவாய்?
9. What is contribution margin?  
பங்களிப்பு ஓரம் என்றால் என்ன?
10. Define advertising media.  
விளம்பர சாதனம் வரையறு.
11. What is point of purchase display?  
கொள்முதல் காட்சி குறிப்பு என்றால் என்ன?
12. Mention the elements of marketing research report.  
சந்தையியல் ஆய்வு அறிக்கையின் கூறுகளை குறிப்பிடுக.

PART B — (5 × 5 = 25 marks)

Answer any FIVE questions.

13. Explain the nature and scope of marketing research.  
சந்தையியல் ஆய்வின் தன்மை மற்றும் எல்லைகளை விளக்குக.

14. Distinguish between systematic and stratified sampling.  
முறைப்படியான மாதிரி எடுத்தல் மற்றும் அடுக்கு அடுக்குளாக உருவாக்கப்பட்ட மாதிரி எடுத்தல் இடையேயான வேறுபாடுகள் தருக.
15. Distinguish between questionnaire and schedule.  
வினாக்கோவை மற்றும் அட்டவணை இடையேயான வேறுபாடுகள் தருக.
16. Explain the relevance of motivational research in production and marketing.  
சந்தையியல் மற்றும் உற்பத்தியின் பொருத்தமான செயலூக்கமளிக்கும் ஆய்வை விளக்குக.
17. What is sales analysis? How would you carry it out?  
விற்பனை ஆய்வு என்றால் என்ன? அதை நீவிர் எவ்வாறு செயல்படுத்துவாய்?
18. How would you select a right media of advertisement?  
விளம்பரப்படுத்தலுக்கு சரியான சாதனத்தை நீவிர் எவ்வாறு தேர்ந்தெடுப்பாய்?
19. What are the qualities of a good marketing research report will suitable example.  
சிறந்த சந்தையியல் ஆய்வு அறிக்கைக்கான தகுதிகளை தகுந்த உதாரணத்துடன் விளக்குக.