

NOVEMBER 2021

62521/CZ23D

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

SECTION A – (10 × 2 = 20 marks)

Answer any TEN questions each in 50 words.

1. What is market?
சந்தை என்றால் என்ன?
2. What are regulated markets?
ஒழுங்கு முறை சந்தைகள் என்பன யாது?
3. Define Marketing.
சந்தையியல் வரையறு.
4. What is test marketing?
சோதனை சந்தையியல் என்றால் என்ன?
5. Who is consumer?
நுகர்வோர் என்பவர் யார்?
6. What is price?
விலை என்றால் என்ன?
7. Who is called as a buyer?
வாங்குபவர் என அழைக்கப்படுபவர் யார்?

8. Define brand name.
வணிகப் பெயர் வரையறு.
9. What is advertising?
விளம்பரம் என்றால் என்ன?
10. Define sales promotion.
விற்பனை மேம்பாடு வரையறு.
11. What is marketing research?
சந்தையியல் ஆராய்ச்சி என்றால் என்ன?
12. Expand the terms MIS and PLC.
MIS மற்றும் PLC ஆகிய பதங்களை விரிவாக்கம் செய்க.

SECTION B – (5 × 5 = 25 marks)

Answer any FIVE questions each in 200 words.

13. Explain the scope of marketing management.
சந்தையியல் மேலாண்மையின் எல்லையினை விளக்குக.
14. How do you classify markets? Explain.
சந்தைகளை நீவிர் எவ்வாறு வகைப்படுத்துவாய்? விளக்குக.
15. What are the objects of market segmentation?
சந்தை பகுப்பின் நோக்கங்கள் யாது?

16. Explain the unethical practices of the marketers.
சந்தைப்படுத்துபவர்களின் நெறிமுறையற்ற நடைமுறைகள் பற்றி விளக்கு.
17. What are the functions of package?
கட்டுமானத்தின் பணிகள் யாது?
18. Explain the factors that influence channel decision.
வழங்கல் வழி முடிவெடுப்பில் தாக்கத்தினை உருவாக்கும் காரணிகளை விளக்கு.
19. List out the merits of e-marketing.
மின்னணு சந்தையின் நன்மைகளை பட்டியலிடுக.

SECTION C – (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions each in 500 words.

20. Distinguish between marketing and selling.
சந்தையியல் மற்றும் விற்பனை இடையே வேறுபடுத்துக.
21. Explain the criteria for market segmentation.
சந்தை பகுப்பாய் விற்கான அளவுகோல் பற்றி விளக்குக.

22. Explain the different stages of the product life cycle.

பொருள் வாழ்க்கை சுழற்சியின் வெவ்வேறு நிலைகளை விளக்கு.

23. Explain the various kinds of advertising.

பல்வேறு வகையான விளம்பரங்கள் பற்றி விளக்குக.

24. Describe the various stages involved in marketing research.

சந்தையியல் ஆராய்ச்சியில் சம்பந்தப்பட்ட பல்வேறு நிலைகளை விவரி.
