

22. Explain the dynamics and applications of motivation in consumer Behaviour.

நுகர்வோர் நடத்தையில் செயலுக்கத்தின் இயங்கியலையும் பயன்பாடுகளையும் விளக்கவும்.

23. Narrate the basic features and models of advertising.

விளம்பரப்படுத்தவின் அடிப்படை அம்சங்கள் மற்றும் மாதிரிகளை விவரிக்கவும்.

24. How is advertising effectiveness measured?

விளம்பரப்படுத்தல் திறன்/ஆற்றல் எவ்வாறு அளவிடப்படுகிறது?

APRIL 2023

61361/ST34A

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

PART A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer any TEN questions each in 30 words.

1. Who is a Consumer? What are the types of Consumer?

நுகர்வோர் என்பது யார்? நுகர்வோரின் வகைகள் யாவை?

2. What is Marketing?

சந்தைப் படுத்துதல் என்றால் என்ன?

3. What is a Secondary Data?

இரண்டாம் நிலை தாவு என்பது யாது?

4. What is Naturalistic Observation?

இயற்கை சூழல் கூர்நோக்குதல் என்றால் என்ன?

5. Enlist the types of Surveys.

களூய்வுகளின் வகைகளைப் பட்டியலிடவும்.

6. What is a Research Report?

ஆராய்ச்சி அறிக்கை என்றால் என்ன?

7. What are Primary Needs? Give Examples.

முதன்மை தேவைகள் என்பன யாவை? உதாரணங்கள் தருக.

8. Define Perception.

புலன்காட்சி - வரையறு.

9. How does American Marketing Association define Advertising?

அமெரிக்க சந்தைப்படுத்துதல் சங்கம் விளம்பரப்படுத்துதலை எவ்வாறு வரையறுக்கிறது?

10. What is an Advertising Agency?

விளம்பரப்படுத்துதல் முகமை என்றால் என்ன?

11. What are the types of Electronic Media?

மின்னணு ஊடகங்களின் வகைகள் யாவை?

12. What is local advertising?

உள்ளூர் விளம்பரப்படுத்தல் என்றால் என்ன?

PART B — (5 × 5 = 25 marks)

Answer any FIVE questions each in 200 words.

13. Explain the need for consumer behaviour.

நகர்வோர் நடத்தையின் தேவையை விளக்கவும்.

14. What are the sources of collecting secondary data?

இரண்டாம் நிலை தரவுகளை சேகரிக்கும் மூலங்கள் யாவை?

15. Discuss Motivation as a Psychological force.

செயலூக்கத்தை ஒரு உளவியல் சக்தியாக விவாதிக்கவும்.

16. Write notes on Consumer Imagery.

நகர்வோர் மனப்படிமம் பற்றி குறிப்பு எழுதவும்.

17. What are the Functions of Advertising?

விளம்பரப்படுத்துதலின் செயல்பாடுகள் யாவை?

18. Narrate the advantages of Print Advertising.

அச்ச விளம்பரப்படுத்துவின் சாதகங்களை விவரிக்கவும்.

19. What are the criteria for Media Selection in advertising?

விளம்பரப்படுத்துவில் ஊடகத் தேர்வுக்கான வர்ணமுறைகள் யாவை?

PART C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions each in 500 words.

20. How are marketing strategies affected due to New Technology? Critically analyse.

சந்தைப்படுத்துதல் உத்திகள் புதிய தொழில் நுட்பத்தால் எவ்வாறு பாதிக்கப்படுகின்றன? விமர்சித்து ஆராயவும்.

21. Elaborate upon the process of conducting a research.

ஒரு ஆராய்ச்சியை நடத்தும் செயல்முறை குறித்து விரிவாக விவரிக்கவும்.