

22. Explain the external factors affecting pricing decision.

விலைக் கொள்கையினை பாதிக்கும் வெளிப்புற காரணிகளை விளக்குக.

23. Bring out the drawbacks of a departmental store.

துறைவாரி கடைகளின் குறைபாடுகளை வெளிக்கொணர்க.

24. Explain the advantages and disadvantages of primary market.

முதன்மைச் சந்தையின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகளை விளக்குக.

NOVEMBER 2023 62521/CZ23D/AY45A

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

PART A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer any TEN questions.

1. What is local market?
உள்ளூர் சந்தை என்றால் என்ன?
2. State the meaning of sales orientation.
விற்பனை புத்தாக்கம் என்பதன் பொருள் கூறுக.
3. Define market segmentation.
சந்தை பகுப்பு வரையறு.
4. What is meant by consumer behavior?
நுகர்வோர் நடத்தை என்பதன் பொருள் யாது?
5. Write few merits of product labeling.
பொருள் முகப்புச் சீட்டின் சில நன்மைகளை எழுதுக.
6. What is breakeven point?
சரிசம புள்ளி என்றால் என்ன?
7. What is seasonal discount?
பருவநிலை தள்ளுபடி என்றால் என்ன?

8. Who is called as an agent?

முகவர் என அழைக்கப்படுபவர் யார்?

9. When is direct selling possible for a manufacturer?

எப்போது நேரடி விற்பனை உற்பத்தியாளரால் செய்ய இயலும்?

10. Define the term personal selling.

ஆள்சார் விற்பனை என்ற பதத்தினை வரையறு.

11. Expand the terms MIS and A.I.D.A.

MIS மற்றும் A.I.D.A ஆகிய பதங்களை விரிவாக்கம் செய்க.

12. Who is called as consumer?

நுகர்வோர் என அழைக்கப்படுபவர் யார்?

PART B — (5 × 5 = 25 marks)

Answer any FIVE questions.

13. What are the objectives of marketing?

அங்காடியியலின் நோக்கங்கள் யாது?

14. How do you classify the market on the basis of area?

இடம் சார்ந்த அடிப்படையில் சந்தையினை நீவிர் எவ்வாறு வகைப்படுத்துவாய்?

2 62521/CZ23D/AY45A

15. Write a note on Caveat emptor.

வாங்குபவரே ஜாக்கிரதை பற்றி குறிப்பு எழுதுக.

16. What are the demographic factors influencing buyer behavior?

வாங்குபவரின் நடத்தையினை பாதிக்கும் மக்கள் தொகை காரணிகள் யாது?

17. Explain the three dimensions of the product mix.

பொருள் கலவையின் மூன்று பரிமாணங்களை விளக்குக.

18. List out the advantages of chain stores.

மடங்கு கடைகளின் நன்மைகளை பட்டியலிடுக.

19. Compare Marketing research and Marketing information system.

சந்தையியல் ஆய்வு மற்றும் சந்தையியல் தகவல் முறையினை ஒப்பிடுக.

PART C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

20. Distinguish Marketing from Selling.

விற்பனையிலிருந்து சந்தையியல் வேறுபடுத்துக.

21. Explain the criteria for market segmentation.

சந்தை பகுப்பின் அளவுகோல்கள் பற்றி விளக்குக.

3 62521/CZ23D/AY45A