

21. How is a Consumer Research data analyzed and reported?

நுகர்வோர் ஆராய்ச்சித் தரவு எவ்வாறு ஆராயப்பட்டு அறிவிக்கப்படுகிறது?

22. Explain the meaning and elements of perception.

புலன்காட்சியின் பொருள் மற்றும் கூறுகளை விளக்கவும்.

23. Narrate the goals and functions of advertising.

விளம்பரப்படுத்துதலின் இலக்குகள் மற்றும் செயல்பாடுகளை விவரிக்கவும்.

24. Examine the ethical Standards in Advertising.

விளம்பரப்படுத்துதலின் நெறிமுறைசார் தரநிலைகளை ஆராயவும்.

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

PART A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer any TEN questions each in 30 words.

1. Define Consumer Behaviour.

நுகர்வோர் நடத்தை – வரையறு.

2. Who are Organizational Consumers?

நிறுவன நுகர்வோர்கள் என்போர் யார்?

3. What does Consumer Research mean?

நுகர்வோர் ஆராய்ச்சி என்ன பொருள்படுகிறது?

4. What are the types of Primary Research?

முதன்மை ஆராய்ச்சியின் வகைகள் யாவை?

5. Define Sampling

கூறெடுத்தல் – வரையறு.

6. What is Motivation?

ஊக்கம் என்றால் என்ன?

7. Define Consumer Imagery

நுகர்வோர் மனப்படிமம் – வரையறு.

8. Define personality.  
ஆளுமை - வரையறு.
9. Define Advertising  
விளம்பரம் செய்தல் - வரையறு.
10. Enlist the type of Advertising  
விளம்பரப்படுத்தலின் வகைகளை பட்டியலிடுக.
11. What does Outdoor Advertising consist of?  
வெளிப்புற விளம்பரப்படுத்துதல் எதைச் கொண்டுள்ளது?
12. Mention few new media options of Advertising.  
விளம்பரப்படுத்துதலின் புது ஊடகத்தேர்வுகள் சிலவற்றை குறிப்பிடவும்.

**PART B — (5 × 5 = 25 marks)**

Answer any FIVE questions each in 200 words.

13. What is the scope of Consumer Behaviour?  
நுகர்வோர் நடத்தையின் நோக்கெல்லை யாது?
14. How does the new technology affect marketing strategies?  
சந்தைப்படுத்துதல் உத்திகளை புது தொழில்நுட்பம் எவ்வாறு பாதிக்கிறது?

15. How are research objectives developed?  
ஆராய்ச்சி குறிக்கோள்கள் எவ்வாறு வளர்க்கப்படுகின்றன?
16. Explain about the types of needs.  
தேவைகளின் வகைகள் பற்றி விளக்கவும்.
17. Describe the sensory dynamics of Perception.  
புலன்காட்சியின் புலன்சார் இயங்கியலை விவரிக்கவும்.
18. What are the objectives of Advertising?  
விளம்பரப்படுத்துதலின் குறிக்கோள்கள் யாவை?
19. What are the advantages and disadvantages of Radio Advertising?  
வானொலி விளம்பரப்படுத்தலின் சாதக பாதகங்கள் யாவை?

**PART C — (3 × 10 = 30 marks)**

Answer any THREE questions each in 500 words.

20. Elucidate upon the various marketing concepts influencing Consumer Behaviour.  
நுகர்வோர் நடத்தையை பாதிக்கும் பல்வேறு சந்தைப்படுத்துதல் கருத்துக்கள் குறித்து தெளிவாக்கவும்.