DECEMBER 2023 **U/ID 32424/UCX4C**

Time : Three hours Maximum : 75 marks

PART A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer any TEN questions

Write short notes on the following

1. Objectives of Marketing
   சந்தையியலின் குறிகோள்கள்

2. Selling
   விற்பனை

3. Consumption
   நுகர்வு

4. Standardisation
   தரப்படுத்துதல்

5. Product
   பொருள்

6. Packaging
   சிப்பம் கட்டுதல்

7. Risk bearing
இடர் தாங்குதல்

8. Direct distribution
நேரடி பகிர்வு முறை

9. Bargaining power
பேரம் பேசும் திறமை

10. Buyer decision
வாங்குபவர் முடிவு

11. Product Line
உற்பத்தி பொருளின் வரிசை

12. Sale Promotion
விற்பனை மேம்பாடு

PART B — ($5 \times 5 = 25$ marks)

Answer any FIVE questions

13. What are the features of the Marketing Management?
சந்தையியல் மேலாண்மையின் இயல்புகள் யாவை?

14. Examine the Marketing Plan.
சந்தையியல் திட்டத்தினை ஆய்க.

15. What is buyer decision process? Explain.

வாங்குபவர் முடிவு செய்முறை என்றால் என்ன? விளக்குக.

16. Explain the buyer decision process.

ஒரு நுகர்வோர் முடிவை மேற்கொள்ளும் முறையை விளக்குக.

17. What are the merits of direct channels of distribution?

நேரடி பகிர்வு வழிகளில் உள்ள நன்மைகளை குறிப்பிடுக.

18. Explain the importance of Sales Promotion.

விற்பனையை மேம்படுத்துதலின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக.

19. What are the objectives of Sales Promotion.

விற்பனை முன்னேற்றத்தின் நோக்கங்கள் யாவை?

PART C — ($3 \times 10 = 30$ marks)

Answer any THREE questions

20. Elaborate the basis, need and benefits of market segmentation.

சந்தை தரம் பிரித்தலின் அடிப்படை, தேவை மற்றும் அதன் ஆதாயங்களை விளக்கு.

21. Distinguish between Consumer good's and Industrial goods.

நுகர்வோர் பொருட்கள் மற்றும் தொழில்துறை பொருட்கள் வேறுபடுத்துக.

22. Describe the new Product development process.

புதுப்பொருள் முன்னேற்ற வழிகளை விவரி.

23. What are the different types of channels of Distribution?

வழங்கல் வழிகளின் பல்வேறு வகைகள் யாவை?

24. Explain the essentials of effective selling.

பயனுள்ள விற்பனையின் அத்தியாவசியங்களை விளக்குங்கள்.

———————