DECEMBER 2022 **U/ID 22231/UEZ5A**

Time : Three hours Maximum : 75 marks

SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer any TEN questions.

1. What is market?

   சந்தை என்றால் என்ன?

2. State the meaning of International Market.

   பன்னாட்டு சந்தை என்பதன் பொருள் கூறுக.

3. Explain the term 'Social Marketing'.

   சமூக சந்தையியல் என்ற பதத்தினை விளக்குக.

4. Expand the terms PLC and AIDA.

   PLC மற்றும் AIDA ஆகிய பதங்களை விரிவாக்கம் செய்க.

5. How is good questionnaire prepared?

   ஓர் சிறந்த வினாப்பட்டியல் எவ்வாறு தயாரிக்கப்பட வேண்டும்?

6. Who is called as consumer?

   நுகர்வோர் என அழைக்கப்படுபவர் யார்?

7. What is product mix?
பொருள் கலவை என்றால் என்ன?

8. Define brand name.
வணிகப் பெயர் வரையறு.

9. Who are middleman?
இடைநிலையர்கள் என்பவர் யார்?

10. What is personal selling?
தனியாள் விற்பனை என்றால் என்ன?

11. State the meaning of E-marketing.
மின்னனு சந்தையியல் என்பதன் பொருள் கூறுக.

12. How did consumerism orginate?
நுகர்வோரியல் எவ்வாறு உருவானது?

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

Answer any FIVE questions.

13. Explain the scope of marketing management.
சந்தையியல் மேலாண்மையின் எல்லையினை விளக்குக

14. Distinguish between marketing research and marketing information system.
சந்தையியல் ஆய்வு மற்றும் சந்தையியல் தகவல் முறைக்கு இடையே உள்ளவற்றை வேறுபடுத்துக.

15. Briefly analyze a few methods of collecting primary data.

முதன்மைத் தரவுகளை சேகரிக்கும் சில முறைகளை சுருக்கமாக பகுப்பாய்வு செய்க.

16. What are the psychological factors that influence in consumer decision making?

நுகர்வோர் முடிவெடுப்பதில் தாக்கத்தினை ஏற்படுத்தும் உளவியல் காரணங்கள் யாது?

17. What are the functions of package?

பொதிவின் பணிகள் யாது?

18. Explain the factors that influence channel decision.

வழங்கல் விதிகளை முடிவெடுப்பதில் தாக்கத்தினை ஏற்படுத்தும் காரணிகள் பற்றி விளக்குக.

19. List out the advantages of E-marketing.

மின்னனு சந்தையியலின் நன்மைகளை பட்டியலிடுக.

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

20. Explain the importance of marketing management.

சந்தையியல் மேலாண்மையின் முக்கியத்துவத்தினை விளக்குக.

21. Explain the general nature of marketing research procedures.

சந்தையியல் ஆய்வு நடைமுறையின் பொதுத் தன்மையினை விளக்குக.

22. Explain the internal and external factors affecting pricing decisions.

விலை முடிவெடுத்தலில் அக மற்றும் புறக் காரணிகளின் பாதிப்பினை விளக்குக.

23. Discuss the procedure for the recruitment and selection of salesmen.

விற்பனையாளர் தேர்ந்தெடுத்தல் மற்றும் பணியமர்த்தலில் உள்ள நடைமுறைகள் பற்றி விவாதி.

24. Explain the role of social media in marketing.

சந்தையியலில் சமூக ஊடகத்தின் பங்களிப்பினை விளக்குக.

———————