DECEMBER 2023 **U/ID 22231/UEZ5A**

Time : Three hours Maximum : 75 marks

SECTION A — ($10 \times 2 = 20$ marks)

Answer any TEN questions.

1. Define Market.

   சந்தை வரையறு.

2. What is marketing myopia?

   சந்தையியலின் கிட்டப் பார்வை என்றால் என்ன?

3. Give examples for social marketing.

   சமூக சந்தையியலுக்குரிய உதாரணங்களைத் தருக.

4. Write a note on de-marketing.

   சந்தை நீக்கம் பற்றி குறிப்பு எழுதுக.

5. What is buying motives?

   வாங்கும் நோக்கம் என்றால் என்ன?

6. Define Marketing Research.

சந்தையியல் ஆய்வு வரையறு.

7. What is marketing mix?

சந்தையியல் கலவை என்றால் என்ன?

8. State the meaning of packaging.

கட்டுமம் என்பதன் பொருள் கூறுக.

9. Who is called as retailer?

சில்லறை விற்பனையாளர் என அழைக்கப்படுபவர் யார்?

10. Define Advertising.

விளம்பரம் வரையறு.

11. What is online retailing?

இணைய வழி சில்லறை விற்பனை என்றால் என்ன?

12. Mention any - two limitations of shopping malls.

Shopping malls வரம்புகள் ஏதேனும் இரண்டினைக் குறிப்பிடுக.

SECTION B — ($5 \times 5 = 25$ marks)

Answer any FIVE questions.

13. List out the functions of transport.

போக்குவரத்தின் பணிகளை பட்டியலிடுக.

14. State the importance of marketing.

சந்தையியலின் முக்கியத்துவத்தினைக் கூறுக.

15. What are the factors normally involved in buying?

வாங்குவதில் சாதாரணமாக சம்பந்தப்பட்ட காரணிகள் யாது?

16. Explain the unethical practices of the marketer.

சந்தைப்படுத்துவரின் நெறிமுறையற்ற நடைமுறைகளை விளக்குக.

17. List out the merits of television advertising.

தொலைக்காட்சி விளம்பரத்தின் நன்மைகளை பட்டியலிடுக.

18. Explain the advantages of mail order business.

அஞ்சல் வழி ஆணை வணிகத்தின் நன்மைகளை விளக்குக.

19. State the scope of e-marketing.

மின்னணு சந்தையியலின் எல்லையினைக் கூறுக.

SECTION C — ($3 \times 10 = 30$ marks)

Answer any THREE questions.

20. Explain the different kinds of selling.

விற்பனையின் வெவ்வேறு வகைகளை விளக்குக.

21. Distinguish between marketing research and management information system.

சந்தையியல் ஆய்வு மற்றும் மேலாண்மை தகவல் முறை இடையே வேறுபடுத்துக.

22. What are the advantages of branding? Does branding help consumer in buying products?

வர்த்தகச் சின்னத்தின் நன்மைகள் யாது? பொருட்களை நுகர்வோர் வாங்குவதற்கு வர்த்தகச் சின்னம் உதவுமா?

23. Explain the objectives of advertising.

விளம்பரத்தின் நோக்கங்களை விளக்குக.

24. Describe the benefits and limitations of e-marketing.

மின்னணு சந்தையியலின் நன்மைகள் மற்றும் வரம்புகளை விவரி.

———————