MAY 2022 **U/ID 22231/UEZ5A**

Time : Three hours Maximum : 75 marks

PART A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer any TEN questions.

1. Define Marketing.
   சந்தையியல் வரையறு.

2. What is Retail market?
   சில்லறை சந்தை என்றால் என்ன?

3. What is modern marketing concept?
   நவீன சந்தையியல் கருத்துக்கள் யாது?

4. State the meaning of secondary data.
   இரண்டால் நிலை தரவு என்பதன் பொருள் கூறுக.

5. What do you mean by buying motives?
   வாங்குதல் நோக்கம் என்பதன் உனது பொருள் யாது?

6. Define market segmentation.
   சந்தை பகுப்பு வரையறு.

7. What is Trade mark?
   வர்த்தக குறி என்றால் என்ன?

8. What is price?

விலை என்றால் என்ன?

9. What is a chain store?

மடங்கு கடை என்றால் என்ன?

10. Define Advertising.

விளம்பரம் வரையறு.

11. Write a note on Telemarketing.

தொலைபேசி மூலம் விற்பனை குறித்து குறிப்பு எழுதுக,

12. Mention any two limitations of online shopping.

இணையதள வாங்கலில் உள்ள ஏதேனும் இரண்டு குறைபாடுகளை குறிப்பிடுக.

PART B — (5 × 5 = 25 marks)

Answer any FIVE questions.

13. Explain the functions of marketing management.

சந்தையியல் மேலாண்மையின் செயல்பாடுகளை விளக்குக.

14. What are the objectives of marketing management?

சந்தையியல் மேலாண்மையின் நோக்கங்கள் யாது?

15. Discuss the variables relating to demographic segmentation.

மக்கள் தொகை சார்ந்த பகுப்பு சம்பந்தபட்ட மாறிகளைப் பற்றி விவாதி.

16. Explain the objectives of marketing research.

சந்தையியல் ஆய்வின் நோக்கங்களை விளக்குக.

17. List out the functions of branding.

வணிகப் பெயரின் பணிகளை பட்டியலிடுக.

18. Explain the advantages of mail order business.

மின்னஞ்சல் ஆணை வணிகத்தின் நன்மைகளை விளக்குக.

19. Distinguish between traditional marketing and online marketing.

பாரம்பரிய சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் இணையவழி சந்தைப்படுத்தல் இடையே வேறுபடுத்துக.

PART C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

20. Highlight the nature and scope of marketing.

சந்தையியலின் தன்மை மற்றும் எல்கையினை கோடிட்டுக் காட்டுக.

21. What is marketing research? Describe its scope and importance.

சந்தையியல் ஆய்வு என்றால் என்ன? அதன் எல்கை மற்றும் முக்கியத்துவத்தினை விவரி.

22. Explain the circumstances in which the product mix is either expanded or contracted.

பொருள் கலவை எந்த சூழ்நிலைகளில் விரிவாக்கப்படுகிறது அல்லது சுருக்கப்படுகிறது என்பது பற்றி விளக்குக.

23. Explain the qualities of a good advertising copy.

ஒர் சிறந்த விளம்பர நகலின் தகுதிகளை விளக்குக.

24. Explain the salient features of Consumer Protection Act.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டத்தின் சிறப்பம்சங்களை விளக்குக.

———————