MAY 2025 **P/ID 28519/PCM2H**

Time : Three hours Maximum : 80 marks

PART A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer any TEN questions, each in 50 words.

1. What do you mean by Modern Marketing?
நவீன சந்தைப்படுத்தல் என்றால் என்ன?

2. What is mean by consumer orientation?
நுகர்வோர் நோக்குநிலை என்றால் என்ன?

3. Define - Consumer Goods.
நுகர்வோர் சரக்கு வரையறு.

4. List out the requisites for good packages of goods.
நல்லதொரு பொருள்கள் தொகுப்பின் தேவைகளை பட்டியலிடுங்கள்.

5. Define - Penetrating price.
ஊடுருவும் விலை வரையறு.

6. List out the objective of sales promotions.
விற்பனை ஊக்குவிப்புகளின் நோக்கத்தை பட்டியலிடுக.

7. Write a short note on Marketing risks.

‘சந்தையிடல் இடர்பாடுகள்’ பற்றி சிறு குறிப்பு எழுதுக.

8. What do you mean by distribution cost analysis?

விநியோக செலவு பகுப்பாய்வு என்றால் என்ன?

9. List out the legal provisional relating to under weight of product.

பொருள்கள் எடைக்குறைவு தொடர்பான சட்ட விதிகளைப் பட்டியலிடுங்கள்.

10. Point out main objectives of MRTP Act.

MRTP சட்டத்தின் முக்கிய நோக்கங்களை சுட்டிக்காட்டுங்கள்.

11. Define – Securities marketing.

பங்கு பத்திரங்களை சந்தைப்படுத்தல் வரையறு.

12. What do you mean by product life cycle?

பொருள்கள் வாழ்க்கை சுழற்சி என்பது பற்றி நீ அறிவது யாது?

PART B — ($5 \times 6 = 30$ marks)

Answer any FIVE questions, each in 250 words.

13. Explain about evolution of marketing.

சந்தையிடலின் பரிணாமம் பற்றி விளக்கவும்.

14. State the points covered in preparation of product policy.

தயாரிப்பு கொள்கையை உருவாக்கும் போது கருத்தில் கொள்ள வேண்டிய காரணிகளை தெரிவி.

15. Bring out dealers sales promotions devices.

முகவர் விற்பனை ஊக்குவிப்பு சாதனங்களை வெளிக் கொண்டு வாருங்கள்.

16. Define - Breakeven point. State its features.

இலாப நட்டமில்லா புள்ளி வரையறு. அதன் அம்சங்களை குறிப்பிடவும்.

17. What are powers of State Level Councils?

மாநில அளவிலான ஆணையத்தின் அதிகாரங்கள் யாவை?

18. Discuss the nature of services marketing.

சேவைகள் சந்தைப்படுத்தலின் தன்மை பற்றி விவாதிக்கவும்.

19. What are the benefits of marketing planning?

சந்தைப்படுத்தல் திட்டமிடலின் நன்மைகள் யாவை?

PART C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions, each in 500 words.

20. State and explain the types of marketing environment.

சந்தைப்படுத்தல் சூழலின் வகைகளைத் தெரிவித்து விளக்கவும்.

21. What is product line? What are the factors taking into consideration to change the products line?

தயாரிப்பு வரிசை என்றால் என்ன? தயாரிப்பு வரிசையை மாற்றம் செய்வதற்கான காரணிகள் யாவை?

22. Discuss the various factors affecting pricing decisions.

விலையிடல் தீர்மானத்தை பாதிக்கும் பல்வேறு காரணிகளை விவாதி.

23. Bring out the advantages and disadvantages of direct marketing.

நேரடி சந்தைப்படுத்தலின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகளை வெளிக்கொணர்க.

24. Write a detailed note on unfair trade practices.

நியாயமற்ற வர்த்தக நடைமுறைகள் பற்றிய விரிவான குறிப்பை எழுதவும்.

———————