

(6 pages)

S.No. 7334 T

RAYNS 4

(For candidates admitted from 2009–2010 onwards)

B.A. DEGREE EXAMINATION, NOVEMBER 2022.

Part III — Allied

MARKETING MANAGEMENT

Time : Three hours

Maximum : 100 marks

SECTION A — (10 × 2 = 20)

Answer ALL questions.

1. சந்தை என்றால் என்ன?
What do you mean by market?
2. காப்பீடு என்ற பதத்தினை தொகுத்துரை.
Synthesize the term Insurance.
3. விற்பனையாளர் என்று அழைக்கப்படுபவர் யார்?
Who is called a Salesman?
4. “விளம்பரப்படுத்துதல்” – வரையறு.
Define : Advertising.
5. விலை என்பதன் பொருள் தருக.
State the meaning of Price.

6. ‘தள்ளுபடி’ குறித்து நீவிர் தரும் பொருள் யாது?
What do you mean by discount?
7. உட்புற விளம்பர கருவிகளை பட்டியலிடுக.
List the indoor advertising tools.
8. ஆகாய விளம்பரப்படுத்துதல் என்றால் என்ன?
What is meant by sky advertising?
9. சந்தையிடலின் ஆராய்ச்சி முகமை பற்றி கருத்துரை தருக.
Comment about marketing research agencies.
10. அரசாங்கம் மேற்கொள்ளும் சந்தையிடல் ஆராய்ச்சிக்கு உதாரணங்கள் தருக.
Give examples for marketing research undertaken by the Government.

SECTION B — (5 × 6 = 30)

Answer ALL questions, choosing either (a) or (b)

11. (அ) சந்தையிடலின் நோக்கங்களை விளக்குக.
Explain the objectives of marketing.

Or

- (ஆ) சந்தையிடல் அபாயங்களை தடுக்கும் வழிமுறைகளை உதாரணப்படுத்துக.
Illustrate the methods of preventing marketing risks.

12. (அ) விற்பனை நிறுவனங்களின் முக்கியத்துவங்களை தெளிவுபடுத்துக.

Elucidate the importance of sales organizations.

Or

- (ஆ) கிராமப்புற சந்தையிடலில் விளம்பரப்படுத்துதலின் அவசியங்களை விளக்குக..

Explain the needs of advertising rural marketing.

13. (அ) சறுக்கல் விளையிடல் மற்றும் ஊடுருவல் விளையிடல் - வேறுபடுத்துக.

Distinguish between skimming pricing and penetrating pricing.

Or

- (ஆ) சந்தைப்படுத்துதல் தகவல் அமைப்பின் பயன்களை சுருக்கி எழுதுக.

Summarize the benefits of marketing information system.

14. (அ) விளம்பரப்படுத்துதலில் பயன்படுத்தப்படும் பல்வேறு அச்சிடப்பட்டு காட்சிபடுத்தும் முறைகளை மேற்கோள் காட்டு.

Outline the various printed display used for advertising.

Or

- (ஆ) பல்வேறு வகையான இதழ்களை உதாரணப்படுத்துக.

Illustrate different types of magazines.

15. (அ) இந்திய உற்பத்தியாளர்களிடையே சந்தையிடல் ஆராய்ச்சி பிரபலமற்று இருப்பது ஏன்? காரணம் கூறுக.

Why the marketing research is unpopular among Indian manufacturers? - Explain.

Or

- (ஆ) ஏற்றுமதி சந்தையிடலின் திட்டமிடலின் நன்மைகளை மதிப்பிடுக.

Evaluate the importance of marketing plan for exports.

SECTION C — (5 × 10 = 50)

Answer ALL questions choosing either (a) or (b)

16. (அ) பொருளாதார முன்னேற்றத்தில் சந்தையிடலின் பங்கினைப் பகுத்தாய்க.

Analyse the role of marketing in economic development.

Or

- (ஆ) சந்தையிடல் திட்டமிடுவதின் நன்மைகளை விளக்கு.

Explain the benefits of marketing planning.

17. (அ) விற்பனையை அதிகரிக்க வியாபாரிகளை ஊக்கமூட்டும் நுணுக்கங்களை விளக்குக.

Explain the techniques to encourage dealers to promote sales.

Or

- (ஆ) ஒரு சிறந்த விற்பனையார்க்கு இருக்க வேண்டிய மனரீதியான தகுதிகளை சுருக்கி எழுதுக.

Summarize the mental qualities of a good salesman.

- 18.. (அ) உற்பத்தி கோட்டு விலையிடலைப் பகுத்தாய்க.

Analyse the product line pricing.

Or

- (ஆ) சந்தையிடல் தகவல் அமைப்பின் கூறுகளை ஆய்க.

Examine the components of marketing information system.

19. (அ) உள்ளரங்க விளம்பர ஊடகங்களை விவரி.

Describe the indoor media of advertising.

Or

- (ஆ) ஊடகங்களை தெரிவு செய்வதிலுள்ள சிரமங்களை விவாதி.

Discuss the difficulties in media selection.

20. (அ) சந்தையிடல் ஆய்வின் நுட்பங்களை விளக்குக.

Explain the techniques of marketing research.

Or

- (ஆ) வாங்குபவர்களை கையாளும் நீதிநெறி முறைகளை விவரி.

Describe the ethics in treatment of buyers.