

(7 pages)

S.No. 6478 T

22 CCCCMM 2/22 CCCAC 2/
22 CCCCA 2/22 CCCPA 2

(For candidates admitted from 2022–2023 onwards)

B.Com. DEGREE EXAMINATION, NOVEMBER 2022.

Part III — Commerce/Applied Commerce/Computer
Applications/Professional Accounting – Major

MARKETING

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

SECTION A — (20 marks)

Answer ALL the questions.

I. (A) Multiple choice questions : (5 × 1 = 5)

1. வாங்குவதற்கும் மற்றும் விற்ப்பதற்கும் ஒரு இடம்
என்று அழைக்கப்படுவது

- (அ) சந்தை (ஆ) சந்தையில்
(இ) ஆய்வு சந்தை (ஈ) சந்தைத் தகவல்

A place for buying and selling activities is called

- (a) Market
(b) Marketing
(c) Market Research
(d) Market information

2. தயாரிப்பு நுகர்வோரின் சிறப்பு ஈர்ப்பைக்
கொண்டுள்ளது _____.

- (அ) ஷாப்பிங் பொருட்கள்
(ஆ) சிறப்புப் பொருட்கள்
(இ) வசதியான பொருட்கள்
(ஈ) பாகங்கள்

Product possess special attraction to the
consumers _____.

- (a) Shopping goods
(b) Speciality goods
(c) Convenience goods
(d) Accessories

3. விலை என்பது _____ காலம்.

- (அ) முழுமையான
(ஆ) உறவினர்
(இ) கூட்டு
(ஈ) நிலையான

Price is a _____ term.

- (a) Absolute
(b) Relative
(c) Composite
(d) Standard

4. விளம்பரம் ஊக்குவிக்கிறது _____.

(அ) கொள்முதல்

(ஆ) உற்பத்தி

(இ) விற்பனை

(ஈ) விலை

Advertisement promotes _____.

(a) Purchases

(b) Production

(c) Sales

(d) Price

5. விற்பனை மேலாண்மை கையாள்வது

(அ) விற்பனை

(ஆ) பொருள்

(இ) இலாபம்

(ஈ) சந்தை

Sales management deals with _____.

(a) Sales

(b) Product

(c) Profits

(d) Market

(B) Fill in the blanks :

(5 × 1 = 5)

6. சந்தைப்படுத்தலின் முதன்மையான பொருள்

The prime object of marketing is _____.

7. _____ சந்தைப்படுத்துதலின் முதல் படி.

_____ is the first steps in marketing.

8. _____ ஒரு பொருளை வாங்க வாங்குபவரை பாதிக்கிறது.

_____ influences the buyer to buy a product.

9. விற்பனை ஊக்குவிப்பு கருவி அடங்குவது .

Sales promotion tool includes _____.

10. சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சி சம்பந்தப்பட்டது

Marketing research is concerned with _____.

II. Answer ALL questions. (5 × 2 = 10)

11. சந்தையியல் வரையறு.

Define Marketing.

12. சில்லறை விற்பனையாளர் வரையறு.

Define Retailer.

13. நேர்முக விற்பனை என்றால் என்ன?

What is personal selling?

14. விற்பனை பெருக்கம் என்றால் என்ன?

What is Sales promotion?

15. மின்-வணிகம் வரையறு.

Define E-Business.

SECTION B — (5 × 5 = 25)

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

16. (அ) நவீன சந்தையிடுதலின் அம்சங்கள் பற்றி விவரி.

Explain the features of modern marketing.

Or

(ஆ) சண்டையிடு கலவையின் பல்வேறு கூறுகள் பற்றி விவாதி.

Discuss the various components of marketing mix.

17. (அ) ஏதேனும் ஐந்து நுகர்வோர் பொருட்களைப் பட்டியலிடுக.

List out any five consumer goods.

Or

(ஆ) சந்தைப் பாகுபாட்டின் கோட்பாடுகளைப் பற்றி எழுதுக.

Describe the concept of Market Segmentation.

18. (அ) விலையிடலின் நோக்கத்தைப் பற்றி எழுதுக.

Describe the objective of pricing.

Or

(ஆ) மறு விற்பனை விலை நிலைப்படுத்துதல் பற்றி விவரி.

Explain the resale price maintenance.

19. (அ) மேம்படுத்தலுக்கான குறைபாடுகள் யாவை?

Bring out the demerits of promotion.

Or

(ஆ) விளம்பரத்தின் நோக்கங்கள் யாவை?

Discuss the objective of Advertising.

20. (அ) ஆன்லைன் சந்தையின் முக்கியத்துவம் பற்றி விவரி.

Explain the importance of online marketing.

Or

(ஆ) ஆய்வு சந்தையின் அம்சங்கள் பற்றி விவரி.

Explain the features of Marketing Research.

SECTION C — (3 × 10 = 30)

Answer any THREE questions.

21. சந்தையிடுகையின் புதிய கோட்பாடுகளை எழுதுக.

What are the new concept of Marketing?

22. பொருள் வாழ்க்கை சுழற்சி முறையின் பல்வேறு நிலைகளை விவரி.

Discuss the different stages of the product life cycle.

23. விலை நிர்ணயத்தின் பல்வேறு வகைகளை விவரி.

Explain the different kinds of pricing.

24. விற்பனை பெருக்க நடவடிக்கைகளின் பல்வேறு வகைகளை விவரி.

Discuss the different types of sales promotion.

25. மின்-வணிகத்தின் பணிகளை விவரி.

Bring out the function of E-Business.
