

(6 pages)

OCTOBER 2011

P/ID 28503/PCMC

Time : Three hours

Maximum : 100 marks

SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer ALL questions each in 50 words.

All questions carry equal marks.

1. What is marketing mix?  
சந்தையிடுதல் கலவை என்றால் என்ன?
2. Who is a retailer?  
சில்லறை விற்பனையாளர் என்பவர் யார்?
3. What do you mean by marketing environment?  
சந்தையியல் சுற்றுச்சூழல் என்பது பற்றி நீ அறிவது யாது?
4. What is sales on open account?  
தொடர் கணக்கு விற்பனை என்றால் என்ன?
5. What do you mean by promotion mix?  
மேம்பாட்டு கலவை என்பதன் பொருள் யாது?

6. Explain district level council under consumer protection act.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தில் மாவட்ட அளவிலான இயக்கம் பற்றி விவரி.

7. What do you mean by maxi marketing?

அதிகப்படியான சந்தையியல் என்பது பற்றி நீ அறிவது யாது?

8. Define sales promotion.

விற்பனை மேம்பாடு - இலக்கணம் தருக.

9. Who is a buyer?

வாங்குபவர் என்பவர் யார்?

10. What is test marketing?

சோதனைச் சந்தையியல் என்பது என்ன?

SECTION B — (5 × 6 = 30 marks)

Answer ALL questions each in 250 words.

All questions carry equal marks.

11. (a) Explain the differences between service and goods.

சேவைக்கும் பொருள்களுக்கும் உள்ள வேறுபாடுகளைத் தருக.

Or

2 P/ID 28503/PCMC

(b) Explain the product line strategies.

பொருள் வரிசை நுட்பங்கள் பற்றி விவரி.

12. (a) Explain the functions of salesman.

விற்பனையாளரின் பணிகளை விவரி.

Or

(b) Explain the advantages of advertising.

விளம்பரத்தின் நன்மைகளை விவரி.

13. (a) Explain the objectives of pricing.

விலையின் நோக்கங்களை விவரி.

Or

(b) Explain the tools of promotion mix.

மேம்பாட்டுக் கலவையின் காரணிகள் யாவை?

14. (a) Explain on the job training methods.

பணியிடைப் பயிற்சியின் பல்வேறு முறைகளை விவரி.

Or

(b) Explain market segmentation.

சந்தைப் பகுப்பாய்வை விவரி.

15. (a) Explain the provisions of MRTP Act.

MRTP சட்டத்தின் சரத்துக்களை விவரி.

Or

- (b) What is marketing control?

சந்தைக் கட்டுப்பாடு என்றால் என்ன?

SECTION C — (5 × 10 = 50 marks)

Answer ALL questions in about 500 words.

All questions carry equal marks.

16. (a) Explain the advertising medias.

விளம்பர மையங்கள் பற்றி விவரி.

Or

- (b) Explain the reason for growth of sales promotion.

விற்பனை மேம்பாட்டு வளர்ச்சிக்கான காரணங்கள் யாவை? விவரி.

17. (a) Explain the kinds of pricing.

விலைகளின் பல்வேறு வகைகளை விவரி.

Or

4 **P/ID 28503/PCMC**  
[P.T.O.]

(b) Explain the pattern of market segmentation.

அங்காடிப் பகுப்பின் பல்வேறு வகைகளை விவரி.

18. (a) Explain product branding.

வாணிகப் பெயரிடுதலை விவரிக்க.

Or

(b) Explain the kinds of salesman.

விற்பனையாளரின் வகைகள் பற்றி விவரி.

19. (a) Explain product life cycle.

பொருள்களின் வாழ்க்கைச் சுழற்சி முறையை விவரி.

Or

(b) Explain the marketing mix.

சந்தையியல் கலவையை விவரி.

20. (a) Explain the factors affecting pricing decisions.

விலை நிர்ணயத்தை பாதிக்கும் காரணிகள் பற்றி விவரி.

Or

5 P/ID 28503/PCMC

(b) Explain marketing environment.

சந்தையியலின் பல்வேறு சூழலை விவரிக்க.

---