

(6 pages)

OCTOBER 2012

P/ID 28503/PCMC

---

Time : Three hours

Maximum : 100 marks

PART A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer ALL the questions, each in 50 words.

All questions carry equal marks.

1. Define Marketing.

சந்தைப்படுத்துதல் வரையறு.

2. What is the Societal Marketing Concept?

சமுதாயத் தேவைக்கேற்ப சந்தைப்படுத்துதல் கொள்கை என்றால் என்ன?

3. Define Strategy.

முதல் நிலை மேலாண்மை உத்தி – வரையறு.

4. What is a Brand?

வியாபாரக் குறி என்றால் என்ன?

5. What is price elasticity of Demand?

விலைக்கு ஏற்றாற்போல சுருங்கி விரியும் தேவை என்றால் என்ன?

6. Define Markup Pricing.

கோடிட்ட விலை – வரையறு.

7. Who is an intermediary in Business?  
வணிகத்தில் இடைநிலையாளர் என்பவர் யார்?
8. Define Sales Promotion.  
விற்பனை உயர்வு உத்தி – வரையறு.
9. Define Negotiation.  
உடன்படிக்கை – வரையறு.
10. What are the elements of Promotion Mix?  
உயர்வு உத்திக் கலவையின் பகுதிகள் யாவை?

PART B — (5 × 6 = 30 marks)

Answer ALL the questions, each in 250 words.

All questions carry equal marks.

11. (a) On what basis the market will be segmented?

எதன் அடிப்படையில் சந்தை பகுதிகளாக பிரிக்கப்படுகிறது?

Or

- (b) Explain STP market in brief.

'எஸ்.டி.பி' சந்தைப்படுத்துதல் பற்றி சுருக்கமாக விளக்குக.

2 P/ID 28503/PCMC

12. (a) How will you differentiate products?  
எவ்வாறு குறிப்பிட்ட பொருட்களை மற்ற அல்லது போட்டியாளர் பொருட்களிடமிருந்து வேறுபடுத்திக் காட்டுவாய்?

Or

- (b) Explain the product Life Cycle Marketing Strategies in brief.  
பொருள் வாழ்க்கை சுழற்சிக்கான சந்தைப்படுத்துதலின் மேலாண்மை உத்திகளை சுருக்கமாக விளக்குக.

13. (a) What are the types of costs?  
பலவிதமான விற்பனை விலைகள் யாவை?

Or

- (b) How will you choose the pricing method?  
விலை நிர்ணய முறையை எவ்வாறு தேர்ந்தெடுப்பாய்?

14. (a) What are the reason for the channel conflict?  
ஊடக முரண்பாடு உண்டாவதற்கான காரணங்கள் யாவை?

Or

- (b) What are the techniques used to identify the target audience?  
சந்தையில் குறிப்பிட்ட வாடிக்கையாளரைக் கண்டறிய உதவும் உத்திகள் யாவை?

15. (a) What are Supplementary motivators of the sales force effort?

விற்பனை உந்துதலை ஏற்படுத்தும் துணைநிலை ஊக்குவிப்பான்கள் யார்?

Or

- (b) Describe the growth of Relationship Marketing.

தொடர்பு உருவாக்க சந்தைப்படுத்துதலின் வளர்ச்சியை விவாதி.

PART C — (5 × 10 = 50 marks)

Answer ALL the question, each in 500 words.

All questions carry equal marks.

16. (a) Discuss the nature, scope and importance of marketing.

சந்தையிடுதலின் இயல்பு, பரப்பெல்லை மற்றும் முக்கியத்துவம் பற்றி விவாதிக்கவும்.

Or

- (b) Explain the marketing management process in detail.

சந்தைப்படுத்துதல் மேலாண்மை பற்றி விளக்கமாக எழுதுக.

4

**P/ID 28503/PCMC**

[P.T.O.]

17. (a) Which are the factors to be considered before going for the commercialization of the produce? Explain.

பொருளை வணிகம் செய்வதற்கு முன்னால் நினைவில் கொள்ள வேண்டிய காரணிகள் யாவை? விளக்குக.

Or

- (b) Explain the consumer adoption process in detail.

வாடிக்கையாளர் கைகொள்ளல் என்பது குறித்து விவரித்து எழுது.

18. (a) How to improve the off season buying suggest measures? Discuss.

வாடிக்கையாளர் பொருள் வாங்குவதற்கான குறிப்பிட்ட கால சூழல் இல்லாத போது விற்பனையை உயர்த்துவது எப்படி? அளவீடுகள் யாவை? விவாதிக்கவும்.

Or

- (b) Discuss the strategies and techniques of a pricing policy.

விலையிடுதலின் உத்திகள் மற்றும் நுட்பம் பற்றி விவாதிக்கவும்.

19. (a) What are the choices among the media categories to communicate the message? Explain.

பொருளைப் பற்றிய தகவல்களை பரிமாறுவதற்காக கிடைக்கப்பெறும் பலவித ஊடக வாய்ப்புகள் யாவை? விளக்குக.

Or

- (b) Explain the scope and importance of salesmen training.

விற்பாண்மையருக்கான பயிற்சியளித்தலின் முக்கியத்துவம் மற்றும் பரப்பெல்லை பற்றி விளக்குக.

20. (a) Enumerate the task of Brand Managers.

வியாபாரக் குறி மேலாளருக்கான இயக்குப்பணியாது?

Or

- (b) Differentiate Market Management and Customer Management.

வேறுபடுத்து : சந்தை மேலாண்மை மற்றும் வாடிக்கையாளர் மேலாண்மை.