

Register Number :

Name of the Candidate :

5 5 1 7

**B.M.M / B.Com. (Marketing Management)
DEGREE EXAMINATION, 2011**

(SECOND YEAR)

(PART - IV)

(PAPER - I)

**230. FUNDAMENTALS OF MARKETING
MANAGEMENT**

(Including Laterl Entry)

December]

[Time : 3 Hours

Maximum : 100 Marks

Answer any FIVE questions.

ALL questions carry equal marks.

1. What are the approaches to the study of marketing? Explain.
2. Describe the salient features of facilitating functions of marketing.

Turn Over

3. Enumerate the different stages of consumer buying decisions process.
4. What are the important steps in new product development? - Explain.
5. Briefly describe the importance of a Good packaging.
6. Write a brief note on the factors influencing the selection of appropriate channels of distribution.
7. 'The pricing decisions of a product are influenced by many factors'. - Explain.
8. What are the bases of market segmentation? Explain.
9. Enumerate the elements of a good advertisement copy.
10. 'For imparting training to the sales persons, different methods are being adopted'. - Explain.

தமிழாக்கம்

1. சந்தையியலைப் பரப்பதற்கான பல்வேறு அணுகு முறைகள் யாவை? விளக்கുക.
2. சந்தையியலை எளிதாக்கும் பணிகளின் முக்கியத் தன்மைகளை விவரி.
3. நுகர்வோர் வாங்கும் முடிவெடுத்தலில் உள்ள பல்வேறு பரந்தலைகள் விவரிக்க.
4. புதிய பொருளின் மோடப்பாடு செய்வதிலுள்ள முக்கிய பரந்தலைகளை விளக்கുക.
5. ஒரு நல்ல கட்டுமடம் செய்யவேண்டிய தீர்மானங்களைக் கண்டறிவதற்கு முக்கிய முறைகளை விவரிக்க.
6. தந்த வரம்புகள் வழிகளைத் தேர்ந்தெடுப்பதைச் சீரமைப்பதற்குப் பரந்தலைகளைப் பற்றி ஒரு சிறு குறிப்புத் தருக.
7. ஒரு பொருளுக்கான விலையை முடிவெடுத்தலைப் பல்வேறு காரணிகள் தன்வாயப்படுத்திவிடுவதற்கான - விளக்கുക.
8. சந்தைப் பகுப்பிற்கான அர்ப்பணைகள் யாவை? விளக்கുക.
9. சீர்நல்ல விளம்பர நகலின் முக்கிய அங்கங்களைப் பட்டியலிடுக.
10. விநியோக அமைப்புகளைப் பற்றி விவரித்துக் கொடுக்க வேண்டிய அங்குகளைக் குறிப்பிட்டுக் கொடுக்க.