

OCTOBER 2012

P/ID 751/PBB

Time : Three hours

Maximum : 100 marks

SECTION A — (5 × 8 = 40 marks)

Answer any FIVE questions.

1. What are the stages involved in the new product development?
புதிய பொருள் உருவாக்குதல் மற்றும் வளர்ச்சியில் உள்ள படிநிலைகள் யாவை?
2. Differentiate product mix and marketing mix.
பொருள்கலவை சந்தைக் கலவையிலிருந்து எவ்வாறு வேறுபடுகிறது?
3. Which are the factors influencing the customers to make the purchase decision?
வாடிக்கையாளரின் பொருட்கொள்முதல் தீர்மானத்தைப் பாதிக்கும் காரணிகள் யாவை?
4. Describe the role of EXIM bank on marketing finance.
ஏற்றுமதி இறக்குமதி வங்கியின் சந்தை நிதி குறித்த பணிகளை விவரி.
5. Explain the features of MRTP act.
எம் ஆர் டி பி - சட்டத்தின் இயல்புகள் யாவை?

6. Explain the marketing research process.
சந்தைப்படுத்துதலின் ஆராய்ச்சி முறையை விவரி.
7. What are the factors governing the marketing research?
சந்தைப்படுத்துதலின் ஆராய்ச்சியை தீர்மானிக்கும் காரணிகள் யாவை?
8. Why primary data is collected in marketing? How can this be collected?
ஏன் சந்தைப்படுத்துதலில் முதன்மைத் தகவல் தொகுப்பு சேகரிக்கப்படுகிறது? அது எவ்வாறு சேகரிக்கப்படுகிறது?

SECTION B — (3 × 20 = 60 marks)

Answer any THREE questions.

9. What are the market targeting strategies?
சந்தைக் குறிவைத்தலின் உத்திகளை விவரி.
10. Discuss the role of marketing environment in the developed countries.
வளர்ந்த நாடுகளின் சந்தைப்படுத்துதல் சூழலை விவரி.
11. What are the factors to be considered for forming the base of difference between the retail sector and retail branding?
சில்லரை வணிகம் மற்றும் சில்லரை வியாபாரக் குறி இவற்றுக்கு இடைப்பட்ட வேறுபாட்டை தீர்மானிக்கும் காரணிகள் யாவை?

12. Explain the significance of physical distribution in marketing. Briefly explain the various components of physical distribution.

சந்தைப்படுத்துதலில் வழங்கல் முறையை விளக்குக. வழங்கல் முறையின் பலவித உள்ளீடுகளை வெளிக்கொணர்க.

13. What are the characteristics of a good marketing research?

ஒரு சரியான சந்தைப்படுத்துதல் ஆராய்ச்சியின் இயல்புகள் யாவை?