

MAY 2012

P/ID 751/PBB

Time : Three hours

Maximum : 100 marks

SECTION A — (5 × 8 = 40 marks)

Answer any FIVE questions.

1. Explain the modern marketing approaches.
நவீன சந்தைப்படுத்துதலின் அணுகுமுறைகளை பற்றி விவரி.
2. Explain the various types of marketing.
பலவகை சந்தைப்படுத்துதல் பற்றி விவரி.
3. How will you classify the products?
பொருட்களை எவ்விதம் வகைப்படுத்துவாய்?
4. Explain the strategies to be followed in the product life cycle.
'பொருள் வாழ்க்கை சுழற்சி' யில் பயன்படும் உத்திகளை விவரி.
5. What are the different types of distribution channels?
பல்வகையான வழங்கல் வழிகள் யாது?
6. Explain the various sales promotion techniques.
விற்றலை உயர்த்துவதற்கான உத்திகளை விளக்குக.

7. Explain the importance of marketing information system.

சந்தைப்படுத்துதலின் தகவல் அமைப்பின் முக்கியத்துவத்தை விவரி.

8. Explain the nature and scope of marketing research.

சந்தைப்படுத்துதலில் ஆராய்ச்சியின் இயல்பு மற்றும் நோக்கத்தை விளக்குக.

SECTION B — (3 × 20 = 60 marks)

Answer any THREE questions.

9. Explain the steps involved in the market segmentation targeting and positioning.

சந்தையை பகுதிகளாகப் பிரித்தல், குறிவைத்தல் மற்றும் நிலைப்படுத்துதல் குறித்த படிநிலைகளை விவரி.

10. What is advertising? Explain the media of advertising.

விளம்பரப்படுத்துதல் என்றால் என்ன? விளம்பர ஊடகத்தை விளக்கி எழுதுக.

11. Explain the functions of wholesaler, retailer and middlemen in marketing.

சந்தைப்படுத்துதலில் மொத்த விற்பனையாளர், சில்லறை விற்பனையாளர், நடுவாளர் ஆகியோரின் பணிகள் யாவை?

12. What are the functions of EXIM bank on marketing finance?

சந்தைநிதிக்கான ஏற்றுமதி இறக்குமதி வங்கியின் பணிகள் யாது?

13. Highlight the importance and role of marketing research in today's marketing management operations in India.

இன்றைய, இந்திய சந்தை மேலாண்மையின் சந்தை ஆராய்ச்சி மற்றும் அதன் முக்கியத்துவத்தை கூறுக.