

(6 pages)

MAY 2011

P/ID 28509/PCMJ

---

Time : Three hours

Maximum : 100 marks

SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer ALL questions.

All questions carry equal marks.

Each answer should not exceed 50 words.

1. Define the term 'Data'.

விபரம் என்ற பதத்தை விவரி.

2. What is meant by marketing?

சந்தையியல் என்பது எதைக் குறிப்பிடுகின்றது?

3. What is Exploratory Studies?

விளக்கமுடைய ஆய்வுகள் என்றால் என்ன?

4. What is formulation of Research Problem?

ஆராய்ச்சி பிரச்சனைகளை வடிவமைத்தல் என்றால் என்ன?

5. What do you mean by nominal level of measurement in research?

ஆராய்ச்சியில் பெயரளவு மதிப்பிடல் என்பதை நீவிர் குறிப்பிடுவது யாது?

6. What is Quota Sampling?

ஒதுக்கீடு மாதிரி என்றால் என்ன?

7. What is meant by pilot study?

முன் ஆய்வு என்றால் என்ன?

8. What do you mean by Table of contents?

உள்ளடக்க அட்டவணை என்பதை நீவிர் எதைக் குறிப்பிடுகின்றீர்.

9. What is Buying Motives?

வாங்குதலின் உள்நோக்கம் என்றால் என்ன?

10. What is family influences on purchase decision?

வாங்கும் முடிவெடுத்தலில் குடும்பத்தின் ஊக்குவிப்பு என்றால் என்ன?

SECTION B — (5 × 6 = 30 marks)

Answer ALL questions.

All questions carry equal marks.

Each answer should not exceed 250 words.

11. (a) Elucidate the needs of Marketing Research.

சந்தையியல் ஆராய்ச்சியின் தேவைகளை விளக்குக.

Or

2 P/ID 28509/ PCMJ

- (b) 'Marketing Information System' is an organized set of procedures and routine. – Explain.

சந்தையியல் தொடர்பு திட்டம் என்பது ஒரு முறைபடுத்தப்பட்ட பயிற்சி முறை மற்றும் தினசரி செயல்பாடாகும் விளக்குக.

12. (a) What are the significance of Descriptive research studies? Explain.

முறையாக ஆராய்ச்சிப் படிப்பின் சிறப்புத் தன்மைகள் யாவை? விளக்குக.

Or

- (b) Enumerate the factors determining the basic research problem.

அடிப்படை ஆய்வு பிரச்சனைகளை நிர்ணயிக்கக் கூடிய காரணிகளை எடுத்துரைக்க?

13. (a) What are the importance of Attitude measurement? Explain.

பழக்க மதிப்பிடல் என்பதன் முக்கியத்துவம் யாது? விளக்குக.

Or

- (b) Enumerate the process of pilot study in data collection.

விபரங்கள் சேகரித்தலில் முன் ஆய்வின் பணிநிலைகள் குறித்து எடுத்துரைக்க.

14. (a) What are the advantages of interview method of data collection? Explain.

நேர்காணல் முறையான விபரம் சேகரித்தலில் காணப்படும் நன்மைகள் யாவை? விளக்குக.

Or

- (b) Briefly explain features of a good research report.

ஒரு நல்ல ஆய்வறிக்கையின் சிறப்புக்களை சுருக்கமாக விவரிக்க.

15. (a) What are the economic factors influencing on consumer behaviour? Explain.

வாடிக்கையர் செயல்பாட்டை ஊக்குவிக்கின்ற பொருளாதார காரணிகள் யாவை? விளக்குக.

Or

- (b) Elucidate the stages of consumer decision making process.

வாடிக்கையர் முடிவெடுத்தலின் பல்வேறு படிநிலைகள் குறித்து விவரிக்க.

SECTION C — (5 × 10 = 50 marks)

Answer ALL questions.

All questions carry equal marks.

Each answer should not exceed 500 words.

16. (a) What are the important types of marketing research? Explain.

சந்தையியல் ஆராய்ச்சியின் முக்கிய வகைகள் யாவை? விளக்குக.

Or

4

P/ID 28509/ PCMJ

[P.T.O.]

- (b) Enumerate the important areas covered in marketing Information System.

சந்தையியல் தகவல் முறையின் முக்கிய பகுதி எல்லைகளை விளக்கமாக தருக.

17. (a) State the components of a good Research Design.

ஒரு நல்ல ஆராய்ச்சி வடிவமைப்பின் முக்கிய அங்கங்களை விளக்குக.

Or

- (b) Briefly explain the importance of identifying the Basic Research Problem.

அடிப்படை ஆராய்ச்சி பிரச்சனைகளை கண்டறிதலின் முக்கியத்துவம் குறித்து சுருக்கமாக விவரிக்க.

18. (a) What are the merits and demerits of scaling techniques? Explain.

அளவீடு உத்திகளின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள் யாவை? விளக்குக.

Or

- (b) What are the various sources of secondary data? Explain.

இரண்டாம் நிலை விபரங்களின் பல்வேறு ஆதாரங்கள் யாவை? விளக்குக.

19. (a) Elucidate the classifications of non-probability sampling technique.

வாய்ப்புக்கூறு சாராத மாதிரி உத்திகளின் பல்வேறு வகைகளை விளக்குக.

Or

- (b) Enumerate the factors influencing on drafting a good research report.

ஒரு நல்ல ஆராய்ச்சி அறிக்கையை வரைதலுக்கான காரணிகளை விளக்குக.

20. (a) What are the social and cultural factors influencing the consumer behaviour? Explain.

வாடிக்கையாளர் செயல்பாடுகளை ஊக்குவிக்கின்ற சமுதாய மற்றும் கலாச்சார காரணிகள் யாவை? விளக்குக.

Or

- (b) Briefly explain the buying process of a consumer.

வாடிக்கையரின் வாங்கும் பல்வேறு படிநிலைகள் குறித்து சுருக்கமாக விவரிக்க.