

(6 pages)

**MAY 2013**

**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. Who is a consumer?  
நுகர்வோர் என்பவர் யார்?
2. What is marketing research?  
சந்தை ஆய்வு என்றால் என்ன?
3. What is market survey?  
சந்தை ஆய்வு என்றால் என்ன?
4. What is research report?  
ஆய்வு அறிக்கை என்பது யாது?
5. What is meant by attitude?  
மனநிலை என்றால் என்ன?
6. What is called damaged product?  
சேதமுற்ற பொருள் என்றால் என்ன?

7. What is meant by schedule?  
பட்டியல் என்றால் என்ன?
8. What is meant by life style?  
வாழ்க்கை முறை என்றால் என்ன?
9. What is consumer redressal forum?  
நுகர்வோர் குறைதீர்பாயம் என்றால் என்ன?
10. What are basic needs of the consumers?  
நுகர்வோரின் அடிப்படை தேவைகள் யாவை?

SECTION B — (5 × 6 = 30 marks)

Answer ALL questions.

Each answer should not exceed 200 words.

11. (a) Explain the features of a good research design in brief.  
ஆய்வு திட்டமிடலின் நல்ல குணநலன்கள் சுருக்கமாக விவரி.

Or

- (b) Describe various types of schedules.  
அட்டவணையின் பல்வேறு வகைகளை விவரி.

2 P/ID 28509/PCMJ

12. (a) What are the factors to be considered while selecting a topic for research?

ஆய்வு தலைப்பு தெரிவு செய்யும் பொழுது கவனத்தில் கொள்ள வேண்டுவன யாவை?

Or

- (b) Describe various steps in marketing research.

சந்தை ஆய்வின் பல்வேறு படிநிலைகளை விவரி.

13. (a) What are the parts of table? Explain in brief.

அட்டவணையின் பாகங்கள் யாவை? அதனை சுருக்கமாக விவரி.

Or

- (b) What are the uses of written report?

எழுத்துமூல அறிக்கையின் உபயோகம் யாது?

14. (a) What are the different types of questions used in Questionnaire?

வினாப்பட்டியலில் இடம் பெறும் வினாக்களின் வகைகள் யாவை?

Or

- (b) Describe the types of observation followed in research programmes.

ஆய்வில் பயன்படும் நோக்கலின் பல்வேறு வகைகளை விவரி.

15. (a) Explain the basic structure of buyer behaviour in briefly.

வாங்குபவரின் நடத்தையை விவரிக்கும் அடிப்படை அமைப்பை விவரி.

Or

- (b) Explain the social and cultural influence of buyer behaviour in briefly.

சமூக மற்றும் கலாசாரம் எங்ஙனம் வாங்கும் நபரின் நடத்தையை நிர்ணயிக்கிறது என விளக்கு.

SECTION C — (5 × 10 = 50 marks)

Answer ALL questions.

All questions carry equal marks.

Each answer should not exceed 500 words.

16. (a) Enumerate the advantages and disadvantages of documentary sources.

இரண்டாம்நிலை மூல விபரங்களின் நன்மை தீமைகளை விளக்குக.

Or

- (b) Explain the structure of research report.

ஆய்வு அறிக்கையின் அமைப்பை விவரி.

4

**P/ID 28509/PCMJ**  
[P.T.O.]

17. (a) Explain the significance report writing.  
எழுத்து மூல அறிக்கையின் முக்கியத்துவத்தை விவரி.

Or

- (b) Explain the components of marketing information system.

சந்தை விபர முறையின் அடக்கங்களை விவரி.

18. (a) Explain the Howard model of buyer behavior.

Howard மாதிரியை விளக்குக.

Or

- (b) Explain the types of interview.

நேர்காணலின் வகைகளை விவரி.

19. (a) Explain the various sources of information.

பல்வேறு வழிகளில் கிடைக்கும் தகவல்கள் பற்றி விளக்குக.

Or

- (b) Explain the features of good research report.

நல்ல ஆய்வு அறிக்கையின் குணநலன்களை சுருங்க கூறுக.

20. (a) Explain various consumer decision making models.

பல்வேறு நுகர்வோர் முடிவு கொள்ளும் முறையை விளக்குக.

Or

- (b) Explain the systems view of buyer behaviour.

வாங்கும் நபரின் முறைப்பார்வையை விளக்குக.

---