

(6 pages)

OCTOBER 2012

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. What is market survey?
சந்தை செய்தி திரட்டல் என்றால் என்ன?
2. What is qualitative research?
குணநல ஆய்வு என்றால் என்ன?
3. What is meant by schedule?
அட்டவணை என்றால் என்ன?
4. What is random sampling?
Random மாதிரி என்றால் என்ன?
5. Who are called respondents?
பதில் தருவோர் என்பவர் யார்?
6. What is survey?
ஆய்வு என்றால் என்ன?

7. What is market research report?
சந்தை ஆய்வு அறிக்கை என்றால் என்ன?
8. What is research design?
ஆய்வு வரைபடம் என்றால் என்ன?
9. What is customer interaction?
வாடிக்கையாளர் கலந்தாய்வு என்றால் என்ன?
10. Who explains the need theory?
தேவை கோட்பாட்டை விளக்கியவர் யார்?

SECTION B — (5 × 6 = 30 marks)

Answer ALL questions.

All questions carry equal marks.

Each answer should not exceed 250 words.

11. (a) What are the features of good marketing research?
நல்ல சந்தை ஆய்வின் குணங்கள் யாவை?

Or

- (b) What are the qualities of a good interview in research?
ஆய்வில் நல்ல நேர்காணலின் தன்மைகள் யாவை?

12. (a) Explain the significance report writing in brief.

அறிக்கை தயாரிப்பின் முக்கியத்துவத்தை விவரிக்க.

Or

- (b) Describe the objectives of marketing research.

சந்தை ஆய்வின் நோக்கத்தை விவரி.

13. (a) Describe the types of observation followed in research programmes.

ஆய்வில் நோக்கலின் பல்வேறு வகைகளை விவரி.

Or

- (b) Explain the types of data collection in brief.

தகவல் சேகரித்தலின் வகைகளை விவரி.

14. (a) Write briefly various probability sampling methods.

நிகழ்வுறு மாதிரி வகைகளை விவரி.

Or

- (b) What are the rating scales used in the organizational research?

அமைப்புசார் ஆய்வில் பயன்படும் மதிப்புறு அளவுகோல் யாவை?

15. (a) Explain the Howard model of buyer behaviour.

வாங்குவோர் நடத்தையை விளக்கும் Howard மாதிரியை விளக்குக.

Or

- (b) Briefly explain the social and cultural influences of buyer behaviour.

சமூக மற்றும் கலாசாரங்கள் வாங்குபவரின் நடத்தையை எவ்வாறு உந்துகிறது என விளக்குக.

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 factors to be considered while selecting a problem for research? Explain in detail.

ஆய்விற்கு தலைப்பு தேர்வு செய்யும் பொழுது கவனத்தில் கொள்ள வேண்டிய காரணிகள் யாவை? விரிவாக விவரி.

Or

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

- (b) Enumerate various steps in the preparing a research design.

ஆய்வு திட்டமிடலின் பல்வேறு படிநிலைகளை விவரி.

17. (a) Explain the importance of marketing information system.

சந்தை செய்தி முறையின் முக்கியத்துவத்தை விவரிக்க.

Or

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

முறைசார் வாங்குபவரின் நடவடிக்கையை விவரி.

18. (a) Explain the types of interview.

நேர்காணலின் வகைகளை விவரி.

Or

- (b) What is sample size? Discuss why is it important in research?

மாதிரி அளவு என்றால் என்ன? அது எவ்வாறு ஆய்வில் முக்கியத்துவமடைகிறது என்பதை விவரி.

19. (a) Make a suitable report in the format for assessing the market of a new product to be introduced in the market.

புதிய பொருளுக்கான சந்தையின் ஆய்வின் அறிக்கையாக தயாரிக்க.

Or

- (b) Explain the family influence on purchased decision.

கொள்முதல் முடிவில் குடும்பத்தினரின் பங்கு பற்றி விவரிக்க.

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

நுகர்வோர் முடிவு மாதிரிகளை விவரிக்க.

Or

- (b) Explain the steps in purchase decision process.

வாங்கும் முடிவின் உள்ள படிநிலைகளை விவரிக்க.