

DECEMBER 2014

P/ID 28509/PCMJ

Time : Three hours

Maximum : 100 marks

PART A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer ALL questions.

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. Define – Table.
வரையறு : பட்டியல்.
4. What is random sampling?
ராண்டம் மாதிரிமுறை என்றால் என்ன?
5. What is rating schedule?
மதிப்பிட்டு அட்டவணை என்றால் என்ன?
6. What is meant by schedule?
அட்டவணை என்றால் என்ன?
7. What is sample Bias?
மாதிரியில் ஒரு தலைப்பட்டும் என்றால் என்ன?
8. What is culture?
கலாச்சாரம் என்றால் என்ன?

9. What is survey?
சர்வே என்றால் என்ன?

10. What is customer interaction?
நுகர்வோர் தொடர்பு என்றால் என்ன?

PART B — (5 × 6 = 30 marks)

Answer ALL questions.

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 components of marketing research plan?

சந்தை ஆய்வு திட்டத்தின் கூறுகள் யாவை?

12. (a) Describe various types of schedules.

அட்டவணையின் பல்வேறு வகைகள் யாவை?

Or

(b) What are the sources of research problems?

ஆய்வுக்குரிய பிரச்சினைகளின் மூலங்கள் யாவை?

13. (a) Explain Sheith model of consumer behavior.

நுகர்வோர் நடத்தையின் செய்து மாதிரியை விளக்குக.

Or

(b) Describe the objectives of marketing research.

சந்தை ஆய்வின் நோக்கங்களை விவரி.

14. (a) Point out the differences between a questionnaire and schedule.

வினாக்களுக்கும் பட்டியலுக்கும் உரிய வேறுபாடுகளை விளக்குக.

Or

- (b) Explain the significance of report writing.

அறிக்கையின் முக்கியத்துவத்தை விவரிக்க.

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

நுகர்வோர் நடத்தையின் Howard மாதிரியை விளக்குக.

Or

- (b) Discuss the features of culture.

கலாச்சாரத்தின் தன்மைகளை விவரி.

PART C — (5 × 10 = 50 marks)

Answer ALL questions.

Each answer should not exceed 500 words.

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

ஆய்வு வரையை தயாரிக்கும் பொழுது உள்ள படிநிலைகளை விவரிக்க.

Or

- (b) Explain the need for marketing research.

சந்தை ஆய்வின் தேவைகள் யாவை?

17. (a) What are the sources of secondary data?

இரண்டாம் தகவலை பெறும் மூலங்கள் யாவை?

Or

- (b) What are the types of research report?

ஆய்வறிக்கையின் வகைகள் யாவை?

18. (a) What are the advantages of attitude measurement?

எண்ணங்களை கணக்கிடுவதின் நன்மைகள் யாவை?

Or

- (b) Write briefly various probability sampling methods.

பல்வேறு நிகழ்தகவு மாதிரி முறைகளை விளக்குக.

19. (a) Discuss the importance of marketing information system.

சந்தை தகவல் முறையின் முக்கியத்துவத்தை விவரி.

Or

- (b) Explain Engel model in consumer decision making.

வாடிக்கையாளர் முடிவெடுக்கும் நிலை பற்றிய ஏஞ்சல் மாதிரியை விளக்குக.

20. (a) What are the rating scales often used in research?

ஆய்வில் பயன்படும் பல்வேறு மதிப்பிடும் அளவைகள் யாவை?

Or

- (b) Explain briefly the Nicosia model of consumer behavior.

நுகர்வோர் நடத்தையின் நிக்கோஸியா கோட்பாட்டை விளக்குக.