

13. விளம்பரம் செய்வதில் பயன்படுத்தப்படும் ஊடகங்களின் வகைகளை விளக்குக.

List out the various kinds of media used in advertising.

14. பொருள் திட்டமிடுதல் மற்றும் உருவாக்குதல் குறித்து விளக்குக.

Write an essay on product planning and development.

7432/MB1

OCTOBER 2008

MARKETING MANAGEMENT

(For those who joined in July 2003 and after)

Time : Three hours

Maximum : 100 marks

SECTION A — (4 × 10 = 40 marks)

Answer any FOUR questions.

Each answer should not exceed 2 pages.

1. சந்தையிடுதல் – இலக்கணம் தருக. அதன் நோக்கங்களை பட்டியலிடுக.

Define Marketing. List out various objectives of Marketing.

2. சந்தையிடுதல் மேலாளரின் முக்கிய பொறுப்புகள் யாவை?

What are the major responsibilities of modern marketing manager?

3. நவீன சந்தையிடுதலில் பண்டகக் காப்பின் முக்கியத்துவம் யாது?

Bring out the significance of storage and warehousing in modern marketing.

4. புதிய பொருளை உருவாக்குவதில் உள்ள வழிமுறைகள் யாவை?

What are the steps involved in new product development process?

5. பல்வேறு வகையான விற்பனை ஊக்குவிக்கும் முறைகளை விவாதிக்க.

Discuss the various sales promotional methods.

6. மொத்த விற்பனையாளரின் சேவைகள் குறித்து சிறு குறிப்பு வரைக.

Write a short note on services of whole salers.

7. சமுதாய சந்தையிடுதல் கோட்பாட்டை விளக்குக.

Explain the concept of social marketing.

8. சந்தை பாகுபாட்டின் நன்மைகள் யாவை?

What are the benefits of market segmentation?

SECTION B — (3 × 20 = 60 marks)

Answer any THREE questions.

Each answer should not exceed 4 pages.

9. சந்தையிடுதலின் பணிகளை விவரிக்க.

What are the functions of marketing? Explain them briefly.

10. சந்தை கலவை கோட்பாட்டை விளக்குக. அதனை தீர்மானிக்கும் காரணிகளை விவரிக்க.

Explain the concept of marketing mix and describe various factors that determine it.

11. தரப்படுத்துதல் என்றால் என்ன? பல்வேறு வகையான தரங்களை விளக்குக.

What do you mean by standardisation? Explain the various kinds of standards.

12. பல்வேறு வகையான விலையிடும் முறைகளை உதாரணத்துடன் விளக்குக.

What are the different methods of pricing? Explain them with examples.

INTERNATIONAL MARKETING

(For those who joined in July 2003 and after)

Time : Three hours

Maximum : 100 marks

SECTION A — (4 × 10 = 40 marks)

Answer any FOUR questions.

Each answer should not exceed 2 pages

1. பன்னாட்டு வியாபாரத்தின் நோக்கங்களை விவரி.

Explain the objectives of international business.

2. உலக சந்தையின் பிரிவுகளை விளக்குக.

Discuss the classification of world markets.

3. விலையிடலின் முக்கியமான நோக்கங்களை விளக்குக.

Discuss the important pricing objectives.

4. வழித்திட முடிவுகளை நிர்ணயிக்கும் காரணிகளை விளக்குக.

Describe the factors determining the channel decisions.

5. ஏற்றுமதி வளர்ச்சியில் ஏற்றுமதி இறக்குமதி வங்கியின் பங்கை விளக்குக.

Discuss the role of EXIM bank in export promotion.

6. GATS பற்றி ஒரு சிறு குறிப்பு வரைக.

Write a short note on GATS.

7. ஏற்றுமதி வளர்ச்சியில் செயலாற்றும் தன்னாட்சி அமைப்புகள் யாவை?

What are the autonomous bodies functioning for the export promotion?

8. அயல் நாட்டு சந்தையில் உள்ள முக்கியமான சந்தை நுழைவு உத்திகளை விளக்குக.

Discuss the important market entry strategies in a foreign market.

SECTION B — (3 × 20 = 60 marks)

Answer any THREE questions.

Each answer should not exceed 4 pages.

9. “பன்னாட்டு சந்தையியல்” இலக்கணம் தருக. மேலும் பன்னாட்டு சந்தையியலில் உள்ள இடர்பாடுகளை விளக்கவும்.

Define international marketing and discuss the barriers to international marketing.

10. ஏற்றுமதியில் உபயோகப்படுத்தும் பல்வேறு விலைகளை விவரி.

Discuss the important pricing methods followed in export.

11. பொருள் தகவல் உத்தியின் முக்கியத்துவத்தை விளக்கவும்.

Elaborate the important product communication strategies.

12. இந்தியாவும் உலக வர்த்தக அமைப்பும் பற்றி ஒரு விரிவான குறிப்பு வரைக.

Write a detailed report on Indian and WTO.

13. ஏற்றுமதி ஆணையின் செயல்முறையில் உள்ள பல்வேறு வகையான நிலைகளை விளக்கவும்.

Explain the various stages involved in the processing of export orders.

14. இந்திய அரசாங்கத்தின் ஏற்றுமதி, இறக்குமதி கொள்கையை பற்றி விளக்கவும்.

Discuss the export-import policy of the Government of India.

MARKETING RESEARCH

(For those who joined in July 2003 and after)

Time : Three hours

Maximum : 100 marks

SECTION A — (4 × 10 = 40 marks)

Answer any FOUR questions.

Answer to each question should not exceed 2 pages.

1. அங்காடியியல் ஆராய்ச்சி என்றால் என்ன? அதன் நோக்கங்கள் யாவை?

What do you mean by marketing research? What are the objectives of marketing research?

2. அங்காடியியல் ஆராய்ச்சியின் பயன்பாடுகளை வரிசைப்படுத்துக.

List out the applications of marketing research.

3. எந்தெந்த வழிகளில் ஆராய்ச்சிக்கான இடர்களை உருவாக்கலாம்.

Explain the various steps in problem formulation.

4. நேர்காணல் நுட்பத்தின் நன்மை மற்றும் தீமைகளை விவரி.

State the merits and demerits of interview technique.

5. மாதிரிக்கான முக்கியத்துவம் பற்றி விவரி.

Explain the importance of sampling.

6. பல்வேறு வகையான பட்டியல்கள் யாவை?

What are the various kinds of table?

7. ஒரு நல்ல ஆராய்ச்சி அறிக்கையின் சிறப்பியல்புகள் பற்றி விவரி.

Explain the special features of a good research report.

8. புதிய பொருள் ஆராய்ச்சிக்கான அவசியம் யாது?

State the need for new product research.

SECTION B — (3 × 20 = 60 marks)

Answer any THREE questions.

Answer to each question should not exceed 4 pages.

9. பல்வகை சந்தையியல் ஆராய்ச்சியின் வகைகள் பற்றி விவரி.

Explain the different types of marketing research.

10. வினாப்பட்டியல் மற்றும் நேர்காணல் முறையின் வேறுபாடுகளை காணக.

Distinguish between questionnaire and interview schedule.

11. மாதிரியின் பல்வேறு வகைகள் யாவை? உதாரணத்துடன் விளக்குக.

What are the different types of sampling? Explain with example.

12. ஒரு ஆராய்ச்சி அறிக்கையின் உள்ளடக்கங்கள் யாவை?

What are the contents of a research report?

13. பொருள் சுழற்சி ஆராய்ச்சியின் தேவையை விளக்குக.

Explain the need for product life cycle research.

14. விளம்பரவியல் ஆராய்ச்சி பற்றி கட்டுரை வரைக.

Write an essay on ‘advertising research’.

13. விற்பனை மேலாளரின் பணிகளை விளக்குக.

Explain the functions of sales manager.

14. ‘விற்பனை பங்கு’ என்பது பற்றி அறிவது யாது? அதன் நோக்கங்களை விளக்குக.

What do you mean by sales quota? Describe its objectives.

7435/MB4

OCTOBER 2008

ADVERTISING AND SALESMANSHIP

(For those who joined in July 2003 and after)

Time : Three hours

Maximum : 100 marks

SECTION A — (4 × 10 = 40 marks)

Answer any FOUR questions.

Answer to each question not to exceed 2 pages.

1. விளம்பரம் கீழ்கண்டவற்றிலிருந்து எவ்வாறு வேறுபடுகிறது?

(அ) பலரறிந்தெல

(ஆ) பிரச்சாரம் மற்றும்

(இ) நேரடி விற்பனை.

How does advertising differ from?

(a) Publicity

(b) Propaganda and

(c) Personal selling.

2. விளம்பரத்தின் பல்வேறு பணிகளை விவரி.

Discuss the various functions of advertising.

3. விளம்பரத்தின் சமூக பொறுப்புகள் யாவை?

What are the social responsibilities of advertising?

4. விளம்பரத்தில் நுகர்வோர் நடத்தையின் முக்கியத்துவத்தை விவரி.

Explain the importance of consumer behaviour in advertising.

5. விளம்பரத்தில் “தள்ளு” மற்றும் “இழு” நுட்பங்கள் எவ்வாறு ஒன்றுக்கொன்று வேறுபடுகிறது?

How “push” and “pull” strategies are differ from each other in advertisement?

6. விளம்பர நகலுக்குரிய அடிப்படை கூறுகள் யாவை?

What are the basic components of an advertisement copy?

7. விளம்பர சாதன திட்டமிடலை பாதிக்கக்கூடிய முதன்மைக் காரணிகளை விவரி.

Explain the key factors influencing media planning.

8. விளம்பர முகமையின் முதன்மைப் பணிகள் யாவை?

What are the major functions of advertising agency?

SECTION B — (3 × 20 = 60 marks)

Answer any THREE questions.

Answer to each question not to exceed 4 pages.

9. வளரும் பொருளாதாரத்தில் விளம்பரத்தின் பயன்பாட்டினை விளக்குக.

Discuss the utility of advertising in the developing economy.

10. ‘உருவாக்குதல்’ என்றால் என்ன? ‘உருவாக்குதல்’ செயல்பாட்டில் தொடர்புடைய பல்வேறு நடவடிக்கைகளை விவரி.

What is ‘creativity’? Show the various activities that are involved in the creative process.

11. ஒரு குறிப்பிட்ட விளம்பர சாதனத்தை தேர்ந்தெடுப்பதில் முன்னிலை வகிக்கக்கூடிய காரணிகள் யாவை?

Describe the factors influencing the choice of a particular advertising media.

12. விற்பனை சக்தியின் முக்கியத்துவத்தை விவரிக்க.

Discuss the significance of sales force.