

Reg. No. :

Code No. : 30163

Sub. Code : M 3 CO 33/
B 3 CO 33

B.Com. (CBCS) DEGREE EXAMINATION,
NOVEMBER 2011.

Third Semester

Commerce – Main

PRINCIPLES OF MARKETING

(For those who joined in July 2009 onwards)

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

SECTION A — (10 × 1 = 10 marks)

Answer ALL questions.

Choose the correct answer.

1. _____ சந்தையில் பொருட்கள் பெருமளவில்
அளிக்கப்படுகின்றன.

(அ) மொத்தச்

(ஆ) சில்லறைச்

(இ) முதன்மைச்

(ஈ) இறுதிச்

In _____ market, goods are supplied in bulk quantities.

- (a) whole sale (b) retail
(c) primary (d) terminal

2. சந்தையியலைப் பயிலுவதற்கு அறிவியல் சார்ந்த அணுகுமுறை _____ அணுகுமுறை ஆகும்.

- (அ) பொருள் (ஆ) பணி
(இ) நிர்வாக (ஈ) பொருளாதார

_____ approach is the scientific approach to the study of marketing.

- (a) Product (b) Functional
(c) Management (d) Economic

3. சொந்த பயன்பாட்டிற்கு பொருள் வாங்கும் போது ஒரு வணிகர் பெறும் கடன் _____ கடன் ஆகும்.

- (அ) வர்த்தகக் (ஆ) நுகர்வோர்
(இ) கடன் அட்டை (ஈ) இவை எதுவுமில்லை

Credit obtained from a trader while buying goods for personal use is

- (a) Trade credit (b) Consumer credit
(c) Credit card (d) None of these

4. பழங்கள், மீன், பூ மற்றும் பால் போன்ற அழகும் பொருட்களைக் கொண்டு செல்ல தகுந்த போக்குவரத்து _____ போக்குவரத்து ஆகும்.

- (அ) இரயில் (ஆ) சாலைப்
(இ) நீர்ப் (ஈ) குழாய்

Transport suitable for carrying perishable goods like fruits, fish, flower and milk is

- (a) Railways (b) Roadways
(c) Waterways (d) Pipelines

5. பொருட்கலவையின் நீளம் என்பது _____ குறிக்கும்.

- (அ) இனங்களின் சராசரி எண்ணிக்கை
(ஆ) இனங்களின் மொத்த எண்ணிக்கை
(இ) பொருள் தொடர்களின் எண்ணிக்கை
(ஈ) இவை எதுவுமில்லை.

Length of product mix refers to

- (a) average number of items
(b) total number of items
(c) number of product lines
(d) none of these

6. _____ நிலையில் விற்பனை உச்ச அளவில் இருக்கும்.

- (அ) வளர்ச்சி (ஆ) முதிர்ச்சி
(இ) முழுமை பெற்ற (ஈ) வீழ்ச்சி

Sales are at the peak in the _____ stage.

- (a) growth (b) maturity
(c) saturation (d) declining

7. துவக்கத்தில் குறைவான விலையில் விற்பனை செய்வது _____ என அழைக்கப்படுகிறது.

- (அ) ஊடுறுவல் விலை நிர்ணயம்
(ஆ) சிக்கன விலை நிர்ணயம்
(இ) கடைந்தெடுக்கும் விலை நிர்ணயம்
(ஈ) இவை எதுவுமில்லை

Charging low prices initially is called

- (a) penetration pricing
(b) economical pricing
(c) skimming pricing
(d) none of these

8. சந்தையின் விலை மாற்றங்களை நிர்ணயம் செய்யும் சந்தையாளர் _____ என அழைக்கப்படுகிறார்.

- (அ) விலை முன்னோடி (ஆ) விலை பின்பற்றுபவர்
(இ) சந்தை முன்னோடி (ஈ) இவை எதுவுமில்லை

A marketer who determines the price changes of market is called

- (a) price leader (b) price follower
(c) market leader (d) none

9. _____ விற்பனைப் பெருக்க யுக்கி நேரடி விற்பனையை வலியுறுத்துகிறது.

- (அ) இழுக்கும் (ஆ) தள்ளும்
(இ) முழு (ஈ) இவை எதுவுமில்லை

A _____ promotional strategy emphasizes personal selling.

- (a) pull (b) push
(c) full (d) none

10. நீடித்து உழைக்கும் விலையுயர்ந்த பொருட்களை விற்கும் விற்பனையாளர் _____ விற்பனையாளர் என அழைக்கப்படுகிறார்.

- (அ) தாக்கும் (ஆ) சிறப்பு
(இ) தொழில் நுட்ப (ஈ) இவை எதுவுமில்லை

Salesman selling expensive durable goods is called _____ salesman.

- (a) aggressive (b) specialty
(c) technical (d) none of these

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

Answer ALL questions choosing either (a) or (b) in about 250 words.

11. (அ) சந்தையிடுதலின் நன்மைகளைக் கூறுக.

State the advantages of marketing.

Or

- (ஆ) சந்தையியலைப் பயில்வதற்கான அமைப்பு வழி அணுகுமுறை என்றால் என்ன?

What is system approach to the study of marketing?

12. (அ) இடர்களைத் தடுக்கும் பல்வேறு வழிகளை விளக்குக.

Explain the different ways of preventing risks.

Or

- (ஆ) AIDAS கோட்பாடு விற்பனை பற்றி குறிப்பு எழுதுக.

Write notes on AIDAS theory of selling.

13. (அ) பொருள் வேற்றுமைப்படுத்துதல் பற்றி நீ அறிவது என்ன?

What do you understand by Product Differentiation?

Or

- (ஆ) இரண்டாம் நிலைத் தகவல்களின் பிரதான மூலங்கள் யாவை?

What are the major sources of secondary data?

14. (அ) விலை நிர்ணயத்தின் நோக்கங்களைக் கூறுக.

State the objectives of pricing.

Or

- (ஆ) போட்டி சார்ந்த விலை நிர்ணயம் என்றால் என்ன? அம்முறையில் கிடைக்கும் பல்வேறு மாற்று வழிகளைக் கூறுக.

What is competition based pricing? State the various options available.

15. (அ) ஒரு விற்பனையாளரின் புறத்தோற்றப் பண்புகளைக் கூறுக.

State the various physical qualities of a salesman.

Or

(ஆ) விற்பனைப் பெருக்கக் கலவை பற்றி குறிப்பு எழுதுக.

Write notes on promotional mix.

SECTION C — (5 × 8 = 40 marks)

Answer ALL questions choosing either (a) or (b).

16. (அ) சந்தையியலைப் பயில்வதற்கான ஏதேனும் மூன்று அணுகுமுறைகளை விளக்குக.

Explain any three approaches to the study of marketing.

Or

(ஆ) சந்தையியல் கருத்து என்றால் என்ன? சந்தையியல் கருத்தை பாதிக்கும் காரணிகளைக் கூறுக. சந்தையியல் கருத்தைப் பின்பற்றுவதால் பெறும் பயன்கள் யாவை?

What is marketing concept? State the factors affecting marketing concept. What are the advantages of following marketing concept?

17. (அ) சந்தையியலின் முக்கியப் பணிகளைக் விவரிக்க.

Describe the important functions of marketing.

Or

(ஆ) சந்தையியலில் போக்குவரத்தின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக. ஒரு குறிப்பிட்ட போக்குவரத்தினைத் தேர்ந்தெடுப்பதற்கு முன் கருத வேண்டிய காரணிகள் யாவை?

Explain the importance of transportation in marketing. What are the factors to be considered in the selection of a particular transport?

18. (அ) பொருள் ஆயுள் சுழற்சியின் பல்வேறு நிலைகளை விளக்குக.

Explain the different stages in a product life cycle.

Or

(ஆ) பொருள் புதிதுபனைதல் என்றால் என்ன? பொருள் புதிதுபனைதலுக்குக்கான அடிப்படைக் காரணங்களை விளக்குக.

What is Product innovation? Explain the reasons behind product innovatin.

19. (அ) விலை நிர்ணயத்தை தாக்கீடு செய்யும் காரணிகள் யாவை?

What are the factors influencing price determinatin?

Or

(ஆ) பல்வேறு வகையான விலைக் கொள்கைகளை விளக்குக.

Explain the different kinds of pricing policies.

20. (அ) வாடிக்கையாளர்களின் பல்வேறு வகைகளை விளக்குக.

Explain the different types of customers.

Or

(ஆ) நுகர்வோரை மையமாகக் கொண்ட பல வகையான விற்பனை மேம்பாட்டுத் திட்டங்களை விவரிக்க.

Describe the various sales promotional schemes directed at the consumers.