

(8 pages)

Reg. No. :

Code No. : 22163

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

B.Com. (CBCS) DEGREE EXAMINATION,
NOVEMBER 2012.

Third Semester

Commerce — Main

PRINCIPLES OF MARKETING

(For those who joined in July 2009 onwards)

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

PART A — (10 × 1 = 10 marks)

Answer ALL questions.

Choose the right answer :

1. இவர்கள் கூடுமிடம் சந்தையாகும்
(அ) உற்பத்தியாளர் - விற்பவர்
(ஆ) உற்பத்தியாளர் - வாங்குபவர்
(இ) வாங்குபவர் - விற்பவர்
(ஈ) மேற்கூறிய எதுவுமில்லை

Market is a place where ————— meet.

- (a) Producer-seller (b) Producer-buyer
(c) Buyer-seller (d) None of the above

2. பூகோள அமைப்பின் படி சந்தை என்பது —————
ஆக பிரிக்கப்படுகிறது.

- (அ) அருகாமைச் சந்தை
(ஆ) தேசியச் சந்தை
(இ) உலகச் சந்தை
(ஈ) மேற்கூறிய அனைத்தும்

Based on geographical area market is divided into
—————.

- (a) local market (b) national market
(c) world market (d) all the above

3. இது ஒரு நவீன கால போக்குவரத்தாக கருதப்படுகிறது

- (அ) தரை வழி (ஆ) குழாய் வழி
(இ) நீர் வழி (ஈ) வான் வழி

It is considered as a modern transport

- (a) Land Transport (b) Pipeline transport
(c) Water transport (d) Air transport

4. இந்த வழி போக்குவரத்து அதிக பொருட்களை கொண்டு செல்ல உகந்தது

- (அ) தரை வழி (ஆ) நீர் வழி
(இ) வான் வழி (ஈ) மேற்கூறிய அனைத்தும்

It is highly suitable for bulk transportation

- (a) Road transport (b) Water transport
(c) Air transport (d) All the above

5. ஒரு சரியான பொருளில் அடங்கியிருப்பது

- (அ) சரியான தரம்
(ஆ) சரியான விலை
(இ) சரியான அளவு
(ஈ) மேற்கூறிய அனைத்தும்

A right products contain

- (a) right quality (b) right price
(c) right size (d) all the above

6. ஒரு பொருள் திட்டம் என்பது

- (அ) பொருள் நிறம் (ஆ) பொருள் கலவை
(இ) பொருள் கட்டுமம் (ஈ) மேற்கூறிய அனைத்தும்

A product policy means

- (a) product colour (b) product mix
(c) product package (d) all the above

7. பொருளின் விலை இதனை அடிப்படையாகக் கொண்டது

- (அ) அடக்கவிலை
(ஆ) தேவை
(இ) அடக்கவிலை மற்றும் தேவை
(ஈ) மேற்கூறிய அனைத்தும்

Pricing of the product depends on

- (a) cost price
(b) demand
(c) cost and demand
(d) all the above

8. விலை நிர்ணயக் கொள்கையானது _____.

- (அ) நீண்ட காலக் கொள்கை
(ஆ) குறுகிய காலக் கொள்கை
(இ) மத்திய காலக் கொள்கை
(ஈ) அரசின் கொள்கை

Pricing policy is a

- (a) long term policy
(b) short term policy
(c) medium term policy
(d) government policy

9. இது ஒரு முக்கிய விற்பனை பெருக்க யுக்தியாகும்

(அ) விளம்பரம்

(ஆ) நேரடி விற்பனை

(இ) வெகுஜன தொடர்பு விற்பனை

(ஈ) மேற்கூறிய அனைத்தும்

It is an important sales promotional technique

(a) advertisement (b) personal sales

(c) public relations (d) all the above

10. _____ விற்பனை பெருக்க யுக்தி 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

PART B — (5 × 5 = 25 marks)

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

11. (அ) தற்கால சந்தையியலின் சிறப்பியல்புகள் யாவை?

What are the features of modern marketing?

Or

Page 5

Code No. : 22163

(ஆ) சந்தையிடுதல் ஒரு அறிவியலா? கலையா? விவரி.

Is marketing a science or an art? Explain.

12. (அ) பொருட்களைத் தரப்படுத்துதல் பற்றி விவரி.

Explain grading of goods.

Or

(ஆ) சந்தை தகவல்கள் பற்றி நீவிர் அறிவது யாது?

What do you mean by market information?

13. (அ) பொருள் வரிசை பற்றி விவரி.

Explain about product line.

Or

(ஆ) பொருள் கலவை பற்றி விவரி.

Explain about product mix.

14. (அ) விலை நிர்ணயித்தலின் முக்கியத்துவத்தை விவரி.

Explain the importance of price determination.

Or

(ஆ) விலை நிர்ணயித்தலின் நோக்கங்களை விவரி.

Explain the objectives of price determination.

Page 6

Code No. : 22163

15. (அ) விற்பனை பெருக்கத்தின் வரைவிலக்கணத்தை தருக.

Define sales promotion.

Or

- (ஆ) விற்பனையாளர்களை எவ்வாறு வகைப்படுத்துவாய்?

How will you classify the salesman?

PART C — (5 × 8 = 40 marks)

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

16. (அ) சந்தையியலை பயில்வதற்கான அணுகுமுறைகளை விவரி.

Explain the different approaches to the study of marketing.

Or

- (ஆ) சந்தையியல் கருத்து என்றால் என்ன? அதன் பயன்கள் யாவை?

What is marketing concept? What are its advantages?

17. (அ) சந்தையியலின் முக்கியப் பணிகளை விவரிக்க.

Describe the important functions of marketing.

Or

- (ஆ) சந்தையியலில் போக்குவரத்தின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக.

Explain the importance of transportation in marketing.

18. (அ) ஒரு புதிய பொருளை சந்தையில் அறிமுகம் செய்யும் போது நினைவில் கொள்ள வேண்டியது என்ன?

What are to be considered while introducing a new product in a market?

Or

- (ஆ) ஒரு பொருளின் ஆயுள் சுழற்சியின் பல்வேறு நிலைகள் யாவை?

What are the stages of product life cycle?

19. (அ) பல்வேறு வகையான விலைகளைப் பற்றி விவரி.

Explain the different types of pricing.

Or

- (ஆ) பல்வேறு விலைக் கொள்கைகள் பற்றி விவரி.

Explain the different types of pricing policy.

20. (அ) வாடிக்கையாளர்களை எவ்வாறு வகைப்படுத்துவாய்?

How will you classify the different kinds of customers?

Or

- (ஆ) விற்பனைப் பெருக்கத்தின் வகைகளையும் அதன் முக்கியத்துவத்தையும் பட்டியலிடு.

List out the types of sales promotion methods and its advantages.