

Reg. No. :

Code No. : 30602 B

Sub. Code : CAEC 21

B.A.(CBCS) DEGREE EXAMINATION, APRIL 2023.

Second Semester

Economics — Allied

ECONOMICS OF MARKETING

(For those who joined in July 2021 onwards)

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

PART A — (10 × 1 = 10 marks)

Answer ALL questions.

Choose the correct answer :

1. சந்தைப்படுத்தலில் கீழ்வருவணவற்றுள் எது உண்மை?
(அ) தயாரிப்பு மற்றும் சேவைகளை விளம்பரப்படுத்த சந்தைப்படுத்தல் பயன்படுத்தப்படுகிறது
(ஆ) சந்தைப்படுத்தல் விற்பனையில் மட்டுமே அக்கறை கொண்டுள்ளது
(இ) சந்தைப்படுத்தல் என்பது வாடிக்கையாளர்கள், வாடிக்கையாளர்கள், கூட்டாளர்கள் மற்றும் சமூகம் ஆகியவற்றிற்கு மதிப்புள்ள சலுகைகளை உருவாக்குதல், தொடர்புகொள்வது, வழங்குதல் மற்றும் பரிமாற்றம் செய்வதற்கான செயல்பாடு, நிறுவனங்களின் தொகுப்பு மற்றும் செயல்முறைகள் ஆகும்
(ஈ) சந்தைப்படுத்தல் அமைப்பின் தேவைகளை மட்டுமே கருதுகிறது மற்றும் சமூகத்தை அல்ல

Which of these is true about marketing?

- (a) Marketing is used to promote the product and services
- (b) Marketing is concerned about the sales only
- (c) Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large
- (d) Marketing considers only the needs of the organization and not the society

2. எது 4 Ps இல் ஒரு பகுதியாக இல்லை?

- (அ) தயாரிப்பு (ஆ) மக்கள்
- (இ) விலை (ஈ) இடம்

Which one is not a part of the 4 Ps?

- (a) Product (b) People
- (c) Price (d) Place

3. _____ லாபத்தில் இலக்கு சந்தையின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய மதிப்பை ஆராய்வது, உருவாக்குதல் மற்றும் வழங்குவதற்கான அறிவியல் மற்றும் கலை என சந்தைப்படுத்தல் வரையறுக்கப்பட்டது.

- (அ) ஸ்டீவ் ஜாப்ஸ் (ஆ) பிலிப் கோட்லர்
- (இ) பீட்டர் ட்ரக்கர் (ஈ) ஆபிரகாம் மாஸ்லோ

_____ defined marketing as the science and art of exploring, creating and delivering value to satisfy the needs of a target market at a profit.

- (a) Steve jobs (b) Philip Kotler
- (c) Peter Drucker (d) Abraham Maslow

4. _____ AMA இன் சந்தைப்படுத்தல் வரையறையின் முக்கிய சொல்?

- (அ) விற்பனை (ஆ) பதவி உயர்வு
- (இ) மதிப்பு (ஈ) லாபம்

_____ is the key term in AMA's definition of marketing.

- (a) Sales (b) Promotion
- (c) Value (d) Profit

5. போட்டியாளரின் செயல்பாடுகளை சந்தைப்படுத்துபவர்கள் ஏன் கண்காணிக்க வேண்டும்?

- (அ) போட்டியாளர் நிறுவனத்தை அழிக்கலாம்
- (ஆ) போட்டியாளர் நிறுவனத்தின் ஏகபோக நிலையை அச்சுறுத்தலாம்
- (இ) போட்டியாளரின் புதிய சலுகைகளுக்கு நிறுவனத்தின் சந்தைப்படுத்தல் கலவையின் ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட கூறுகளில் மாற்றங்கள் தேவைப்படலாம்
- (ஈ) போட்டியாளர் ஒரு நன்மையைப் பெற சட்டத்தை மீறலாம்

Why must the marketers monitor the competitor's activities?

- (a) The competitor may destroy the organization
- (b) The competitor may threaten the monopoly position of the company
- (c) New offerings of a competitor may need alterations in one or more components of the company's marketing mix
- (d) The competitor may be violating the law to gain an advantage

6. ஒரு நிறுவனத்துடன் தொடர்புடைய தயாரிப்புகளுக்கான தரத்தின் வெவ்வேறு நிலைகளுக்கு வெவ்வேறு விலைப் புள்ளிகள் எந்த விலை நிர்ணய உத்தியின் ஒரு பகுதியாகும்?

- (அ) தயாரிப்பு வரி விலை
- (ஆ) அதிகரிக்கும் விலை நிர்ணயம்
- (இ) விருப்பமான தயாரிப்பு விலை
- (ஈ) துணை தயாரிப்பு விலை

Different price points for a different level of quality for a company's related products is a part of which pricing strategy?

- (a) Product line pricing
- (b) Incremental pricing
- (c) Optional product pricing
- (d) By-product pricing

7. இன்றைய காலகட்டத்தில் சந்தைப்படுத்தல் _____ வளர்ந்துள்ளது.

- (அ) முதல் இயக்கத்தின் நன்மையைப் பெறுதல்
- (ஆ) வாடிக்கையாளர்களுக்கு மதிப்பை உருவாக்குதல்
- (இ) அதிக விற்பனை மற்றும் லாபத்திற்காக தள்ளுதல்
- (ஈ) புதுமையான தயாரிப்புகளை உருவாக்குதல்

In today's time, marketing must be developed as _____

- (a) Getting the first mover's advantage
- (b) Creating value for the customers
- (c) Pushing for higher sales and profits
- (d) Creating innovative products

8. இவற்றில் எது "விருப்பம்" என்பதற்கு பொருத்தமான வரையறை?

- (அ) நுகர்வோரின் ஆசைகள்
- (ஆ) சமூகம் தொடர்பான தேவைகள்
- (இ) அடிப்படை மனித தேவைகள்
- (ஈ) தயாரிப்புக்கான தேவைகள்

Which one of these is an appropriate definition of "want"?

- (a) The desires of consumers
- (b) Needs related to society
- (c) Basic human needs
- (d) Needs directed to the product

9. பிலிப் கோட்லரின் கருத்துப்படி சந்தைப்படுத்தல் என்பது _____?

- (அ) ஒரு அறிவியல்
- (ஆ) ஒரு கலை
- (இ) அறிவியல் மற்றும் கலை இரண்டும்
- (ஈ) மேலே எதுவும் இல்லை

According to Philip Kotler marketing is _____?

- (a) A science
- (b) An art
- (c) Both science and art
- (d) None of the above

10. மலிவு விலையில் எளிதாகக் கிடைக்கும் பொருட்களை நுகர்வோர் விரும்புவார்கள் என்று எந்தக் கருத்து கூறுகிறது

- (அ) உற்பத்தி கருத்து
- (ஆ) பொருள் கருத்து
- (இ) சந்தைப்படுத்தல் கருத்து
- (ஈ) உற்பத்தி செலவு கருத்து

Which concept holds that consumers will favor the products that are easily available at an affordable price?

- (a) Production concept
- (b) Product concept
- (c) Marketing concept
- (d) Production cost concept

PART B — (5 × 5 = 25 marks)

Answer ALL questions choosing either (a) or (b).
Each answer should not exceed 250 words.

11. (அ) சந்தைகளின் வகைப்படுத்தலை வரையறுக்கவும்.
Explain the Classification of Markets.

Or

(ஆ) சந்தைப்படுத்தல் ஆய்வுகளுக்கான அணுகு முறைகளை விளக்கவும்.

Explain the approaches to Marketing studies.

12. (அ) வாங்குபவர்களின் வகையைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

Discuss the types of Buyer.

Or

(ஆ) வாங்குதல்/நுகர்வோர் முடிவெடுக்கும் செயல் முறையின் சிக்கல்களை விளக்கவும்.

Explain the Problems of Buying or Consumer Decision Making process.

13. (அ) நிலத்தடி சேமிப்பு கட்டமைப்புகளை விவரிக்கவும்.
Describe the Structures of Underground Storage.

Or

(ஆ) தயாரிப்பு திட்டமிடலின் அம்சங்களை விளக்குங்கள்.

Explain the features of product planning.

14. (அ) தரப்படுத்தலின் கருத்தை வரையறுக்கவும்.
Define the Concept of Standardization.

Or

(ஆ) AGMARK இன் அம்சங்களை விளக்குங்கள்.
Explain the features of AGMARK.

15. (அ) விநியோக சேனல்களை வகைப்படுத்தவும்.
Classify the channels of distribution.

Or

(ஆ) இடைத்தரகர்களின் செயல்பாட்டை விளக்கவும்.
Explain the functions of middlemen.

PART C — (5 × 8 = 40 marks)

Answer ALL questions choosing either (a) or (b).
Each answer should not exceed 600 words.

16. (அ) சந்தைப்படுத்தல் நிர்வாகத்தின் நோக்கங்களை விளக்குங்கள்.

Explain the Objectives of Marketing Management.

Or

(ஆ) பொருளாதார வளர்ச்சியில் சந்தைப்படுத்தலின் பங்கை விவரிக்கவும்.

Describe the role of marketing in economic development.

Page 8 Code No. : 30602 B

17. (அ) சந்தைப்படுத்தல் செயல்பாடுகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

Discuss the functions of marketing.

Or

(ஆ) வாங்குதலின் கூறுகள் மற்றும் சிக்கல்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

Discuss the elements and problems of Buying.

18. (அ) தயாரிப்பு கலவை உத்திகளை விளக்குங்கள்.

Explain the product mix strategies.

Or

(ஆ) தயாரிப்பு வாழ்க்கை சுழற்சியின் அம்சங்களை விவரிக்கவும்.

Describe the features of product life cycle.

19. (அ) தரநிலைகளின் வகைகளை வரையறுக்கவும்.

Define the Types of standards.

Or

(ஆ) கிரேடிங் முறையின் நன்மைகள் மற்றும் தரப்படுத்தலின் முக்கியத்துவத்தைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

Discuss the advantages of grading system and importance of grading.

Page 9 Code No. : 30602 B

20. (அ) மொத்த விற்பனையாளரின் செயல்பாடுகளை விளக்குங்கள்.

Explain the functions of wholesaler.

Or

(ஆ) சந்தைப்படுத்தலின் சமீபத்திய போக்குகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

Discuss the recent trends of marketing.
