

Reg. No. : .....

Code No. : 20682 B Sub. Code : CAEC 21

B.A. (CBCS) DEGREE EXAMINATION,  
NOVEMBER 2024.

Second Semester

Economics — Allied

ECONOMICS OF MARKETING

(For those who joined in July 2021-2022 only)

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

PART A — (10 × 1 = 10 marks)

Answer ALL questions.

Choose the correct answer :

1. “சந்தைப்படுத்தல்” என்ற சொல் எதைக் குறிக்கிறது?
  - (அ) தயாரிப்பின் ஊக்குவிப்பு
  - (ஆ) விற்பனை மற்றும் லாபத்தில் கவனம் செலுத்துதல்
  - (இ) நிறுவன செயல்முறையை மூலோபாயப்படுத்துதல் மற்றும் செயல்படுத்துதல்
  - (ஈ) வாடிக்கையாளர் மதிப்பு மற்றும் திருப்தியை வழங்குவதற்கான நடவடிக்கைகளின் தொகுப்பு

The term "Marketing" refers to?

- (a) Promotion of the product
- (b) Focusing on sales and profit
- (c) Strategizing and implementing the organization process
- (d) Set of activities to deliver customer value and satisfaction

2. நவீன சந்தைப்படுத்தலின் தந்தை யார்?

- (அ) பிலிப் கோட்லர்
- (ஆ) பீட்டர் டிரூக்கர்
- (இ) ஆபிரகாம் மாஸ்லோ
- (ஈ) ரேமண்ட் க்ரோக்

Who is the Father of Modern Marketing?

- (a) Philip Kotler
- (b) Peter F. Drucker
- (c) Abraham Maslow
- (d) Raymond Kroc

3. "சந்தைப்படுத்தல்" என்ற சொல் எதைக் குறிக்கிறது?

- (அ) தயாரிப்பின் ஊக்குவிப்பு
- (ஆ) விற்பனை மற்றும் லாபத்தில் கவனம் செலுத்துதல்
- (இ) நிறுவன செயல்முறையை மூலோபாயப்படுத்துதல் மற்றும் செயல்படுத்துதல்
- (ஈ) வாடிக்கையாளர் மதிப்பு மற்றும் திருப்தியை வழங்குவதற்கான நடவடிக்கைகளின் தொகுப்பு

The term "Marketing" refers to?

- (a) Promotion of the product
- (b) Focusing on sales and profit
- (c) Strategizing and implementing the organization process
- (d) Set of activities to delivery customer value and satisfaction

4. நுகர்வோரின் வருமானத்தில் எந்தப் பகுதி சந்தைப்படுத்துபவர்களுக்கு ஆர்வமாக உள்ளது?

- (அ) மொத்த வருமானம்
- (ஆ) செலவழிக்கக்கூடிய வருமானம்
- (இ) பணவீக்க வருமானம்
- (ஈ) விருப்ப வருமானம்

Which part of the consumer's income interests the marketers?

- (a) Gross income
- (b) Disposable income
- (c) Inflationary income
- (d) Discretionary income

5. தயாரிப்பு, வர்த்தகம் மற்றும் இந்த கட்டத்தில் தயாரிப்பு, வர்த்தகம், சேதம் மற்றும் விரிவாக்கம் ஆகியவற்றின் அளவுகோல்கள் கவனம் செலுத்தப்படும்?

- (அ) வளர்ச்சி நிலை (ஆ) சரிவு நிலை  
(இ) முதிர்வு நிலை (ஈ) அறிமுக நிலை

The marketer focuses on product awareness, trial and expansion in this stage of the product life cycle?

- (a) Growth stage (b) Decline stage  
(c) Maturity stage (d) Introduction stage

6. ஒரு வாடிக்கையாளர் தனக்கே சிந்தனை இல்லாமல் ஒரு பொருளை வாங்கும் போது அவருடைய முடிவு என்ன?

- (அ) உணர்வு  
(ஆ) பகுத்தறிவு  
(இ) அஞ்சாரணம்  
(ஈ) சிந்தனை மீறல் அணைத்தல்

When a customer buys a product without logical thinking, his decision is?

- (a) Emotional  
(b) Rational  
(c) Patronage  
(d) All of the above

7. வெற்றிகரமான பிராண்ட் பெயரைப் பயன்படுத்தி புதிய தயாரிப்பை வேறு சீரில் அறிமுகப்படுத்துவது என்ன?

- (அ) வரி நீட்டிப்பு  
(ஆ) பிராண்ட் விரிவாக்கம்  
(இ) பிராண்ட் நீட்டிப்பு  
(ஈ) பிராண்ட்

Using a successful brand name to launch a new product in a different category is called?

- (a) Line extension  
(b) Brand expansion  
(c) Brand extension  
(d) Branding

8. உடல் விநியோகத்தின் ஒரு பகுதியாக சேர்க்கப்படாத காரணியைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்?

- (அ) சேமிப்பு (ஆ) தரப்படுத்தல்  
(இ) போக்குவரத்து (ஈ) பெக்கேஜிங்

Choose the factor which is not included as a part of the physical supply?

- (a) Storage (b) Standardization  
(c) Transport (d) Packaging

9. பின்வருவனவற்றில் வெற்றிட கிளீனர்களுக்கான சிறந்த விநியோக சேனல் எது?

- (அ) டெலிமார்செட்டிங்  
(ஆ) சில்லறை விற்பனை கடைகள்  
(இ) நேரடி சந்தைப்படுத்தல்  
(ஈ) மேலே உள்ள அனைத்தும்

Which of the following is the best distribution channel for vacuum cleaners?

- (a) Telemarketing  
(b) Retail stores  
(c) Direct Marketing  
(d) All of above

10. உடல் விநியோகத்தின் ஒரு பகுதியாக சேர்க்கப்படாத காரணியைத் தேர்ந்தெடுக்கவா?

- (அ) சேமிப்பு (ஆ) தரநிலைப்படுத்தல்  
(இ) போக்குவரத்து (ஈ) பேக்கேஜிங்

Choose the factor which is not included as a part of the physical supply?

- (a) Storage (b) Standardization  
(c) Transport (d) Packaging

PART B — (5 × 5 = 25 marks)

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

11. (அ) சந்தை அர்த்தத்தை வரையறுக்கவும்.  
Define Meaning of Market.

Or

(ஆ) சந்தைப்படுத்தல் நிர்வாகத்தின் நோக்கங்கள் என்ன?

What are the objectives of Marketing Management?

12. (அ) சேவை சந்தைப்படுத்தலின் சிறப்பியல்பு என்ன?  
What are the characteristic of Service Marketing?

Or

(ஆ) சந்தைப்படுத்தலின் செயல்பாடுகளை விளக்கவும்.  
Explain the functions of marketing.

13. (அ) தயாரிப்பு வரிசையின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குங்கள்.  
Explain the importance of product line.

Or

(ஆ) பொருள் வேறுபாட்டின் கருத்துகளை விளக்குங்கள்.  
Explain the concepts of product differentiation.

14. (அ) தரப்படுத்தலின் நன்மை மற்றும் முக்கியத்துவம் பற்றி விவாதிக்கவும்.

Discuss about the advantages and importance of grading.

Or

- (ஆ) லேபிளி கருத்தை விளக்குக.  
Explain the concept of labelling.

15. (அ) விநியோக சேனல்களை வரையறுக்கவும்.  
Define channels of distribution.

Or

- (ஆ) சந்தைப்படுத்தலின் இடைத்தரகர்கள் என்றால் என்ன?

What are the marketing intermediaries?

PART C — (5 × 8 = 40 marks)

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

16. (அ) சந்தைகளின் வரையறை மற்றும் வகைப்பாடுகளை விளக்கவும்.

Definition and explain the classification of Markets.

Or

- (ஆ) பொருளாதார வளர்ச்சியில் சந்தைப்படுத்தலின் பங்கை விளக்குங்கள்.

Explain the role of marketing in economic development.

Page 8 Code No. : 20682 B

17. (அ) பொருட்களை வாங்குதல் மற்றும் ஒன்றுதிரட்டல் செயல்முறையை விவரிக்கவும்.

Describe the process of procuring and assembling the materials.

Or

- (ஆ) ஒன்று திரட்டலின் பிரச்சனைகளை விளக்குங்கள்.  
Explain the problems of assembling.

18. (அ) பொருள் வாழ்க்கைச் சுழற்சியின் நிலைகள் மற்றும் ஒவ்வொரு நிலையிலும் மாற்றியமைப்பதற்கான உத்திகளை விளக்குக.

Explain the stages of product life cycle and strategies to adapt at every stage.

Or

- (ஆ) பொருட் கலவை உத்திகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

Discuss the product mix strategies.

19. (அ) நல்ல பேக்கிங்கின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குங்கள்.

Explain the importance of good packing.

Or

- (ஆ) உற்பத்தியாளர்கள் மற்றும் சமூகத்தின் பார்வையில் இருந்து பிராண்டிங்கின் முக்கியத்துவம் மற்றும் காரணங்களை விளக்குங்கள்.

Explain importance and reasons of branding from producers and society's viewpoint.

Page 9 Code No. : 20682 B

20. (அ) இடைத்தரகர்களின் செயல்பாடுகளை விளக்குங்கள்.

Explain the functions of middleman.

Or

(ஆ) மொத்த விற்பனையாளரின் கருத்துக்கள் மற்றும் செயல்பாடுகளை விளக்குங்கள்.

Explain the concept and functions of wholesaler.

---