

(8 pages)

Reg. No. : .....

Code No. : 20937 B Sub. Code : EEEEC 31

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

Third Semester

Economics

Elective – PRINCIPLES OF MARKETING

(For those who joined in July 2023 onwards)

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

PART A — (10 × 1 = 10 marks)

Answer ALL questions.

Choose the correct answer :

1. சந்தையிடுதலின் முதன்மை குறிக்கோள் என்ன?  
(அ) உற்பத்தியை அதிகரித்தல்  
(ஆ) விற்பனையை அதிகரித்தல்  
(இ) வாடிக்கையாளர் தேவைகளை பூர்த்தி செய்வது  
(ஈ) செலவுகளை குறைத்தல்

What is the primary goal of marketing?

- (a) Increase production  
(b) Maximize sales  
(c) Satisfy customer needs  
(d) Minimize costs

2. பின்வருவனவற்றில் எது சந்தையிடுதலின் செயல்பாடு அல்ல?  
(அ) வாங்குதல் (ஆ) விற்பனை செய்தல்  
(இ) உற்பத்தி (ஈ) போக்குவரத்து

Which of the following is not a marketing function?

- (a) Buying (b) Selling  
(c) Manufacturing (d) Transporting

3. வாங்கும் நடவடிக்கை என்றால் என்ன?  
(அ) தயாரிப்புகளை விற்கும் செயல்முறை  
(ஆ) வாடிக்கையாளர்களின் முடிவெடுப்புச் செயல்முறை  
(இ) பொருட்களின் உற்பத்தி  
(ஈ) சேவைகளை சந்தைப்படுத்துதல்

What is buying behaviour?

- (a) The process of selling products  
(b) The decision-making process of consumers  
(c) The production of goods  
(d) The marketing of services

4. சந்தை பகுதியாக்கத்தின் ஒரு முறை எது?  
(அ) புவியியல் (ஆ) அரசியல்  
(இ) வரலாற்று (ஈ) உணர்ச்சி

Which of the following is a method of market segmentation?

- (a) Geographic (b) Political  
(c) Historical (d) Emotional

5. தயாரிப்பு கலப்பு என்றால் என்ன ?
- (அ) வழங்கப்படும் தயாரிப்புகளின் மொத்த எண்ணிக்கை
- (ஆ) தயாரிப்புகளை விலையிலும் செயல்முறை
- (இ) ஒரு தயாரிப்பின் தொகுப்பு
- (ஈ) தயாரிப்பு அடையாள உத்திகள்

What is a product mix?

- (a) Total number of products offered
- (b) The process of pricing products
- (c) The packaging of a product
- (d) Product branding strategies
6. ஒரு பொருளை முத்திரையிடுதலின் நோக்கம்
- (அ) செலவுகளை குறைத்தல்
- (ஆ) முத்திரை விசுவாசத்தை உருவாக்குதல்
- (இ) உற்பத்தியை அதிகரித்தல்
- (ஈ) தயாரிப்பு அம்சங்களை எளிதாக்குதல்

Branding primarily aims to:

- (a) Reduce costs
- (b) Create brand loyalty
- (c) Increase production
- (d) Simplify product features
7. மொத்த விற்பனையில் எந்த முறை ஈடுபடுகிறது?
- (அ) நேரடி விற்பனை
- (ஆ) சில்லறை விற்பனை
- (இ) இடைத்தரகர்கள் மூலமாக விநியோகம்
- (ஈ) இணையவழி விற்பனை

Which channel is involved in wholesaling?

- (a) Direct selling
- (b) Retailing
- (c) Distribution through intermediaries
- (d) Online sales
8. விற்பனை ஊக்கவியல் என்பதற்கான ஒரு முறை எது?
- (அ) முத்திரை விசுவாசம்
- (ஆ) தள்ளுபடிகள்
- (இ) வாடிக்கையாளர் கருத்து
- (ஈ) தயாரிப்பு ஆதரவு

Which is a method of sales promotion?

- (a) Brand loyalty (b) Discounts
- (c) Customer feedback (d) Product support
9. கீழ்க்காணும் எது நவீன சந்தை தொழில்நுட்பமாகும்?
- (அ) நேரடி சந்தைப்படுத்துதல்
- (ஆ) பாரம்பரிய விளம்பரங்கள்
- (இ) தொலைபேசி அழைப்புகள்
- (ஈ) வாய்மொழி

Which of the following is a modern marketing technique?

- (a) Direct marketing
- (b) Traditional advertising
- (c) Phone call
- (d) Word-of-mouth
10. ஈ-மார்க்கெட்டிங் முதன்மையாக என்னைக் குறிக்கிறது?
- (அ) இணையத்தில் சந்தைப்படுத்துதல்
- (ஆ) நேருக்கு நேர் விற்பனை
- (இ) சில்லறை சந்தைப்படுத்துதல்
- (ஈ) நேரடி அஞ்சல்

E-marketing primarily refers to:

- (a) Marketing on the internet
- (b) In-person sales
- (c) Retail marketing
- (d) Direct mail

PART B — (5 × 5 = 25 marks)

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

Each answer should not exceed 250 words.

11. (அ) நவீன சந்தையிடுதலின் கருத்தை பகுப்பாய்வு செய்து, இன்றைய வணிக சூழலில் இதன் முக்கியத்துவத்தை விவரிக்கவும்.

Analyze the modern concept of marketing and its relevance in today's business environment.

Or

- (ஆ) வாடிக்கையாளர் பாதுகாப்பு சட்டங்கள் சந்தை உத்திகளை எவ்வாறு பாதிக்கின்றன என்பதை விமர்சனமாக மதிப்பீடு செய்யவும்.

Critically evaluate the impact of consumer protection laws on marketing strategies.

12. (அ) வாங்கும் நடவடிக்கை என்ற கருத்தை விளக்கவும்.

Explain the concept of buying behaviour.

Or

Page 5 Code No. : 20937 B

- (ஆ) சந்தை பிரிவின் வெவ்வேறு முறைகளை பட்டியலிடவும் மற்றும் விளக்கவும்.

List and explain different methods of market segmentation.

13. (அ) வெவ்வேறு விலையியல் உத்திகள் என்ன? எடுத்துக்காட்டுகள் வழங்கவும்.

What are the different pricing strategies? Give examples.

Or

- (ஆ) அடையாளப்படுத்துதல் பற்றி குறிப்பு எழுதுக.

Give an account of branding.

14. (அ) விநியோக வழிமுறைகளின் முக்கியத்துவத்தை விவரிக்கவும்.

Describe the importance of distribution channels.

Or

- (ஆ) விளம்பரப்படுத்துதலின் நோக்கங்களை விவரி.

Explain the objectives of advertising.

15. (அ) சமூக சந்தைப்படுத்தலின் விளைவுகளை விவரிக்கவும்.

Discuss the impact of social marketing.

Or

- (ஆ) பணிகளை சந்தைப்படுத்துதல் பற்றி சிறு குறிப்பு வரைக.

Write a brief note on Marketing of Services.

Page 6 Code No. : 20937 B

PART C — (5 × 8 = 40 marks)

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

Each answer should not exceed 600 words.

16. (அ) தர நிர்ணயம் பற்றி விளக்குக.  
Explain about 'Grading'.
- Or
- (ஆ) தானியக்கிடங்கு பற்றி விவரித்து சந்தையிடுதலில் அதன் முக்கியத்துவத்தை கூறு.  
Describe the concept of 'Warehousing' and state its importance in Marketing.
17. (அ) நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் 1986ல் மேற்கொள்ளப்பட்ட சம்பந்திய திருத்தங்களை விவாதி.  
Discuss the latest quadrants in Consumer Protection Act, 1986.
- Or
- (ஆ) சந்தை பகுதியாக்கம் மற்றும் பொருள்களை வேறுபடுத்துதல் இடையேயான தொடர்பினை ஆராய்க.  
Examine the relationship between Market segmentation and product differentiation.
18. (அ) பொருள் வாழ்க்கைச்சுழல் பற்றி விளக்குக.  
Explain about product life cycle.

Or

- (ஆ) புதிய பொருளை சந்தைப்படுத்தும் பொழுது ஏற்படும் சவால்களை பகுத்தாய்க.  
Analyze the challenges faced by the new product in marketing the product.

19. (அ) செயல்திறன் மிக்க விளம்பரத்தின் அம்சங்கள் என்ன?  
What are the characteristics of effective advertising?

Or

(ஆ) வெவ்வேறு விளம்பர ஊடகங்களின் செயல்திறனை மதிப்பீடு செய்யவும்.  
Evaluate the effectiveness of different advertising mediums.

20. (அ) சந்தையிடுதலில் MIS-ள் (மார்க்கெட் தகவல் அமைப்பு) பங்கு பற்றி விளக்கவும்.  
Explain the role of MIS in marketing.
- Or
- (ஆ) பசுமை சந்தைப்படுத்துதல் உத்திகளை நடைமுறைப்படுத்துவதில் எதிர்கொள்ளப்படும் சவால்களை விவரிக்கவும்.  
Discuss the challenges faced in implementing green marketing strategies.