APRIL 2026

62617/244C4B/ 245C4B/246C4B/ 247C4B/248C4B/ 251C4B/217C4B/ 218C4B

Time : Three hours Maximum : 75 marks

PART A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer any TEN questions.

1. Define the term marketing concept.

   சந்தையியல் கருத்து என்ற பதத்தை வரையறு.

2. List two examples of innovations in marketing.

   சந்தைப்படுத்தலில் உள்ள புதுமைகளின் இரண்டு உதாரணங்களை பட்டியலிடுக.

3. What is niche marketing?

   முக்கிய சந்தைப்படுத்துதல் என்றால் என்ன?

4. What is meant by 'Consumer Behaviour'?

   'நுகர்வோர் நடத்தை' என்பதன் பொருள் யாது?

5. Define promotion.

   பதவி உயர்வு வரையறு.

6. What is a cost based pricing policy?
செலவு அடிப்படையிலான விலைக் கொள்கை என்றால் என்ன?

7. What is meant by trade mark?
வர்த்தக குறி என்பதன் பொருள் யாது?

8. State the meaning of Product Life Cycle.
பொருள் வாழ்க்கை சுழற்சி என்பதன் பொருள் கூறுக.

9. Who is called as wholesaler?
மொத்த விற்பனையாளர் என்பவர் யார்?

10. What is pre-test advertising?
சோதனைக்கு முந்தைய விளம்பரம் என்றால் என்ன?

11. Define CRM.
CRM வரையறு.

12. What is market research?
சந்தை ஆய்வு என்றால் என்ன?

PART B — ($5 \times 5 = 25$ marks)

Answer any FIVE questions.

13. Explain the causes for de marketing.
தலைகீழ் சந்தைப்படுத்துதலுக்கான காரணங்களை விளக்குக.

14. Explain the functions of transport.

போக்குவரத்தின் செயல்பாடுகளை விளக்குக.

15. Narrate the unethical practices of the marketers.

சந்தைப்படுத்துபவர்களின் நெறிமுறையற்ற நடைமுறைகளை விவரி.

16. State the need for product elimination.

பொருள் நீக்கத்தின் தேவையினைக் கூறுக.

17. Explain the three main pricing policies of the marketing.

சந்தைப்படுத்துதலின் மூன்று முக்கிய கொள்கைகளை விளக்கவும்.

18. What are the factors that influencing channels of distribution?

விநியோக வழிகளைப் பாதிக்கும் காரணிகள் யாது?

19. Discuss the importance of social responsibility in marketing.

சந்தைப்படுத்துதலில் சமூகப் பொறுப்பின் முக்கியத்துவத்தைப் பற்றி விவாதி.

PART C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

20. Explain in detail the evolution of the marketing concept.

சந்தைப்படுத்தல் கருத்தின் பரிணாமத்தை விரிவாக விளக்குக.

21. Explain the various factors determining market segmentation.

சந்தைப் பிரிப்பை தீர்மானிக்கும் பல்வேறு காரணிகளை விளக்குக.

22. Explain the circumstances in which the product mix is either expands or constructed.

பொருள் கலவையினை விரிவடைதல் அல்லது கட்டமைக்கப்படும் சூழ்நிலைகளை விளக்குக.

23. Discuss the functions of the different types of salesmen.

பல்வேறு வகையான விற்பனையாளர்களின் செயல்பாடுகளைப் பற்றி விவாதி.

24. Explain the process of conducting market research.

சந்தை ஆராய்ச்சியை நடத்தும் செயல்முறையை விளக்குக.

———————