

**PG-244**

**MCO-14**

**M.Com. DEGREE EXAMINATION –  
JANUARY 2015.**

**First Year**

**MARKETING MANAGEMENT**

**Time : 3 hours**

**Maximum marks : 75**

**SECTION A — (3 × 5 = 15 marks)**

**Answer any THREE questions.**

1. Distinguish between Marketing and Selling.  
சந்தையிடுதலுக்கும் விற்பனைக்கும் உள்ள வேறுபாட்டினை குறிப்பிடுக.
2. Define the term “Product”.  
பொருள் என்ற வார்த்தையின் இலக்கணம் கூறுக.
3. Under what circumstances would you follow  
(a) Skimming Pricing and (b) Penetration Pricing.  
எந்த சூழ்நிலையில் கீழ்வரும் விலைப் பின்பற்றப்படுகிறது  
(அ) கடைந்து தொடுத்த விலை.  
(ஆ) ஊடுருவல் விலை.

4. What are the important features of an Advertisement Copy?

விளம்பரபடியின் முக்கியமான இயல்புகளை கூறுக.

5. What are the sources of Secondary Data?

இரண்டாம் நிலை தகவலுக்கான ஆதார வழியை கூறுக.

**SECTION B — (4 × 15 = 60 marks)**

Answer any FOUR questions.

6. What are the various approaches of the study of Marketing?

சந்தையியலை படிக்கும் பல்வேறு முறைகள் யாவை?

7. What is a new product? How is it developed?

புதிய பொருள் என்றால் என்ன? எவ்வாறு அது உருவாக்கப்படுகிறது?

8. What are the various methods of pricing.

பல்வேறு விதமான விலையை கூறுக.

9. What are the advantages of advertising to the manufacturers, traders and consumers?

உற்பத்தியாளர், வியாபாரிகள் மற்றும் நுகர்வோர் இவர்களுக்கு விளம்பரத்தினால் கிடைக்கும் நன்மைகளை விளக்குக.

10. Give an account of the different types of wholesalers.

பல்வேறு வகையான மொத்த விற்பனையாளரை குறிப்பிடுக.

11. What are the methods adopted in gathering primary data for marketing research.

சந்தை ஆராய்ச்சியில் முதல்நிலை தகவல்களை திரட்ட பின்பற்றப்படும் முறைகளை கூறுக.

12. What are the characteristics of a good brand?

வியாபார குறியின் சிறப்புத் தன்மைகளை குறிப்பிடுக.

---