

Total No. of Pages: 2

5714

Register Number:

Name of the Candidate:

B.B.A. DEGREE EXAMINATION, May 2015

(TAMIL MEDIUM)

(SECOND YEAR)

(PART - III)

240: அடிப்படை சந்தையியல்

Time: Three hours

Maximum: 100 marks

பகுதி - அ

ஏதேனும் பத்து வினாக்களுக்கு விடையளி

(10 × 2 = 20)

1. 'சந்தையிடுகை' - இலக்கணம் தருக.
2. அங்காடி ஆய்வு ஏன் தேவைப்படுகிறது.
3. நுகர்வோர் நடவடிக்கைகளில் உணர்வு நோக்கம் என்பது என்ன?
4. கட்டுதலின் இரு நன்மைகள் யாது?
5. பொருள் கலப்பினை வரையறுக்க.
6. புதுப்பொருள் அறிமுகப்படுத்துதலின் தேவை என்ன?
7. தனிநபர் விற்பனை என்றால் என்ன?
8. தொழிற்சாலை சார்ந்த பொருட்கள் என்றால் என்ன?
9. விற்பனை அபிவிருத்தி என்றால் என்ன?
10. விளம்பர நெறிகள் என்பதை விளக்குக.
11. விளம்பரங்களினால் வரும் ஏதேனும் இரு கேட்டினை எழுதுக.
12. விளம்பர ஊடகம் என்பவை எவை?

பகுதி - ஆ

ஏதேனும் நான்கு வினாக்களுக்கு விடையளி

(4 × 10 = 40)

13. இன்றைய சந்தையியலில் அங்காடிகளின் முக்கியத்தவம் மற்றும் வளர்ச்சி குறித்து விளக்குக.
14. ஏதேனும் இரு நுகர்வோர் நடவடிக்கைக் கோட்பாடுகளை விளக்குக.
15. பல்வேறு விலை நிர்யண நுட்பங்களை பட்டியலிட்டு விளக்குக.

16. விளம்பரங்களால் சந்தையியலில் ஏற்படும் நன்மை மற்றும் பாதிப்புகளை விளக்குக.
17. விளம்பர நிறுவனங்கள் தங்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு செய்பவன யாவை?
18. பல்வேறு வகையான அங்காடிகளை கூறி அதன் செயல்பாடுகளை விளக்குக.

பகுதி - இ

ஏதேனும் இரண்டு வினாக்களுக்கு விடையளி

(2 × 20 = 40)

19. பொருளுக்கான விலை நிர்ணயத்தலின் போது கவனிக்க வேண்டிய காரணிகள் மற்றும் அதன் பாதிப்புகளை விவாதி.
20. அபிவிருத்தி கலப்பின் கூறுகளை வகைப்படுத்தி, விரிவாக விளக்குக.
21. விளம்பர நிறுவனங்களின் வகைகள் மற்றும் அவைகளின் நிறுவனம் மற்றும் வாடிக்கையாளர் சார்ந்த பணிகளை பட்டியலிடுக.
22. பல்வேறு விளம்பர ஊடகங்களை பட்டியலிட்டு அதன் நன்மை குறைகளை விளக்குக.

&&&&&&&