

(6 pages)

OCTOBER 2011

P/ID 28509/PCMJ

Time : Three hours

Maximum : 100 marks

PART A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer ALL questions.

All questions carry equal marks.

Each answer should not exceed 50 words.

1. What is meant by schedule?

அட்டவணை என்றால் என்ன?

2. What is market survey?

சந்தை சர்வே என்றால் என்ன?

3. What is sample bias?

மாதிரியல் ஒருநிலைப்பாடு என்றால் என்ன?

4. What is secondary data?

இரண்டாம் தர செய்தி என்றால் என்ன?

5. Who are called respondents?

பதிலளிப்போர் என்றால் என்ன?

6. What is convenient sample?
வசதி மாதிரி என்றால் என்ன?
7. What is research design?
ஆய்வு வரைமுறை என்றால் என்ன?
8. What is research report?
ஆய்வு அறிக்கை என்றால் என்ன?
9. Who are called consumers?
நுகர்வோர் என்பவர் யார்?
10. What are basic needs of the consumers?
நுகர்வோரின் அடிப்படை தேவைகள் யாவை?

PART B — (5 × 6 = 30 marks)

Answer ALL questions.

All questions carry equal marks.

Each answer should not exceed 250 words.

11. (a) Discuss the advantages of market survey.
சந்தையை சர்வே செய்வதால் நன்மைகள் யாவை?

Or

- (b) Explain the role of market research.
சந்தை ஆய்வின் பங்கினை விவரி.

12. (a) Describe various types of schedules.

பல்வேறு அட்டவணைகளை விவரி.

Or

(b) What are the general rules to be observed while constructing diagrams?

வரைபடம் அமைக்கும் பொழுது பின்பற்ற வேண்டிய பொதுவான நியதிகள் யாவை?

13. (a) What are the factors to be considered while selecting a problem for research?

ஆய்விற்கு தலைப்பு தேர்வு செய்யும் பொழுது கவனத்தில் கொள்ள வேண்டிய காரணிகள் யாவை?

Or

(b) How the questions are classified?

வினாக்களின் வகைகள் யாவை?

14. (a) Discuss various sources of secondary data in research.

இரண்டாம் நிலைத்தகவல்களை தரும் பல்வேறு மூலங்களை விவரி.

Or

(b) What are the uses of written report?

எழுத்து மூல அறிக்கையின் நன்மைகள் யாவை?

15. (a) Explain three major sources of primary data.

முதன்மை செய்திகளை தரும் பல்வேறு மூலங்களை விவரி.

Or

(b) What are the determinants of buying motives?

கொள்முதலின் நோக்கங்களை தீர்மானிக்கும் காரணிகள் யாவை?

PART C — (5 × 10 = 50 marks)

Answer ALL questions.

All questions carry equal marks.

Each answer should not exceed 500 words.

16. (a) Describe various steps in marketing research.

சந்தை ஆய்வின் பல்வேறு படிநிலைகளை விவரிக்க.

Or

(b) Discuss the types of marketing research.

சந்தை ஆய்வின் வகைகளை விவரி.

17. (a) Enumerate various steps in the preparing a research design.

ஆய்வு வரைபடம் தயாரிக்கும் பொழுது உள்ள படிநிலைகளை விவரி.

Or

- (b) Discuss the types of observation.

நோக்கலின் பல்வேறு வகைகளை விவரி.

18. (a) What are the rating scales often used in marketing research?

சந்தை ஆய்வில் பயன்படும் பல்வேறு மதிப்பிடும் அளவை முறைகள் யாவை?

Or

- (b) Explain briefly the Nicosia model of consumer behaviour.

நிக்கோஸியா மாதிரியை சுருங்க விளக்குக.

19. (a) Write briefly various probability sampling methods.

நிகழ்தகவு மாதிரி முறைகளை விவரி.

Or

- (b) Explain the significance report writing.

அறிக்கை தயாரித்தலின் முக்கியத்துவத்தை விவரிக்க.

20. (a) Describe the objectives of marketing research.

சந்தை ஆய்வின் நோக்கங்களை விவரி.

Or

(b) Explain the Howard model of buyer behavior.

Howard – ன் வாங்குவோர் நடத்தை மாதிரியை விளக்குக.
