

Register Number

Name of the Candidate

**M.B.A. DEGREE**

**230.**

( Candidates )

December ]

எவையேனும்

**அனைத்து**

1. சந்தையியல்
2. உற்பத்திப் பண்பு
3. விலை நிர்ணயம்
4. விற்பனைத் தந்திரம்
5. விளம்பர சாத்திரம்

2

6. சந்தையியல் இடர்பாடுகள் பற்றிக் கூறுக.
7. ஒழுங்குமுறைச் சந்தைகள் என்றால் என்ன?
8. கூட்டுறவு விற்பனைச் சந்தை என்றால் என்ன?
9. நுகர்வோரின் தனித்தன்மைகளைக் குறிப்பிடுக.

**பிரிவு - ஆ** (3 × 10 = 30)

எவையேனும் மூன்று வினாக்களுக்கு விடையளி  
**அனைத்து** வினாக்களுக்கும் சம மதிப்பெண்கள்.

10. நுகர்வோர் சந்தையியலின் இயல்புகளை விளக்குக.
11. விற்பனை உற்பத்தி நடவடிக்கைகள் அதிகரிப்பதற்கான காரணங்களை விவரிக்க.
12. சிறந்த விற்பனையாளர் இயல்பினரா அல்லது தோற்றுவிக்கப்படுபவரா - விளக்குக.
13. விளம்பரத்தின் பயன்கள் மற்றும், குறைபாடுகள் பற்றி விவரிக்க.
14. விலை நிர்ணயத்தின் பல்வேறு முறைகளை விளக்குக.

**பகுதி - இ** (1 × 15 = 15)

ஏதேனும் ஒரு வினாவிற்கு விடையளிக்கவும்.

15. வேளாண்மை சந்தையியலின் முக்கியச் சிறப்பியல்புகளை விளக்குக.
16. சந்தையியல் ஆராய்ச்சியின் நோக்கங்கள் மற்றும், வகைகள் பற்றி விவாதிக்க.

17. வியாபார இயக்கத்தின்

18. நாதன்ஸ் உ  
ஆண்டுகளா  
நுகர்வோர்க்  
பொருட்களை  
வருகின்றது.  
பொருளாதா  
நிறுவனங்களு  
களமிறங்கத்  
புதிய யுக்த  
மூலதனத்து  
கூழ்நிலையை  
நிறுவனம் தி

1. பன்  
எதிர்  
நிறுவ  
பரிந்து
2. நீங்க  
நாதன்  
அளவு  
வழியு