

கொழும்புப் பல்கலைக்கழகம்- இலங்கை

கலைப்பீடம்

முன்றாம் வருட கலைமாணிப் பரீட்சை (பொது) – 2018

ENH 3143/ELT 3152 – சந்தைப்படுத்தல் தத்துவங்கள்

நேரம்: இரண்டு (02) மணித்தியாலங்கள்

நான்கு (04) வினாக்களுக்கு மட்டும் விடையளிக்குக.

ஒவ்வொரு வினாவும் சம புள்ளிகளைக் கொண்டுள்ளது.

1.

- a) வெறுமனே விற்பனை என்பதிலிருந்து சந்தைப்படுத்தல் எவ்வாறு வேறுபடுகின்றது என்பதனை விளக்குக
- b) சந்தைப்படுத்தலின் பரிணாம வளர்ச்சியினை அதன் முன்ற கட்டங்கள் மீது கவனம் செலுத்தி விளக்குக.
- c) “ஒரு கம்பனியினால் எதிர்நோக்கப்படும் பேரின மற்றும் நுண்பாகச் சூழல்கள் (Macro and Micro environments) அதன் சந்தைப்படுத்தல் நிகழ்ச்சித்திட்டத்தில் ஒரு முக்கிய பங்கினை வகிக்கின்றன” மேலுள்ள கூற்றுடன் நீர் உடன்படுகின்றீரா? உமது விடையினை விளக்குக.

2.

- a) “ஆற்றல் வாய்ந்த சந்தையொன்றினை விருத்தி செய்வதற்கு ஒரு சந்தையாளர் பல காரணிகள் மீது கவனம் செலுத்த வேண்டும்”. ஆற்றல் வாய்ந்த சந்தையொன்றினை விருத்தி செய்வதில் இக்காரணிகளின் முக்கியத்துவத்தினை பகுப்பாய்வு செய்க.
- b) பொருத்தமான உதாரணங்களைப் பயன்படுத்தி நுகர்வோர் கொள்வனவுத் தீர்மானச் செயன்முறையின் கட்டங்களை விளக்குக.
- c) “ஒரு உற்பத்திப் பொருள் என்பது பௌதீகக் குணாம்சங்களின் ஒரு தொகுதி என்பதனை விடவும் மேலானதாகும்”. இக்கூற்றுடன் நீர் உடன்படுகின்றீரா? உதாரணங்களுடன் உமது விடையினை விளக்குக.

3.

- a) கொள்வனவாளர்களிடையே வேறுபாடுகளை ஏற்படுத்தக்கூடிய காரணிகளை அடையாளங்கண்டு விளக்குக
- b) தனது சந்தையினை வினைத்திறனாக கூறுபடுத்தும் ஆற்றலே ஒரு கம்பனியினது வெற்றிக்கு பிரதானமான காரணி என வாதிடப்படுகின்றது. இக்கூற்றுடன் உடன்படுகின்றீரா? உமது விடையினை விளக்குக.
- c) வினைத்திறனான சந்தைக் கூறுபடுத்தலுக்கு அவசியமான பிரதான தேவைப்பாடுகளை அடையாளங்கண்டு விளக்குக
- d) `நுகர்வோர் சந்தையினைக் கூறுபடுத்துவதால் ஏற்படும் நன்மைகள் எவை?

4.

- a) "பல்வேறு காரணங்களுக்காக நிறுவனங்கள் தொழிற்குறியிடலைப் (Branding) பயன்படுத்துகின்றன" தொழிற்குறியிடலுக்கான பிரதான காரணங்கள் எவை?
- b) "சில வேளைகளில் நிறுவனங்கள் ஒரு சந்தைப்படுத்தல் தந்திரோபாயமாக தொழிற்குறியிடலைப் பயன்படுத்துவதில்லை" தொழிற்குறியிடலைப் பயன்படுத்தாமல்குரிய சாத்தியமான காரணங்களை விளக்குக
- c) "எதிராளி நிறுவனங்களுடன் போட்டியிடும் நோக்கில் பொதியிடலானது ஒரு சந்தைப்படுத்தல் கருவியாகப் பயன்படுத்தப்படுகின்றது". பொதியிடலினால் கிடைக்கும் பிரதான அனுசூலங்கள் எவை?

5.

- a) நுகர்வுப் பொருளினையும் வணிகப் பொருளினையும் எவ்வாறு வேறுபடுத்துவீர்?
- b) சந்தைப்படுத்தலில் உற்பத்திப்பொருள் புத்தாக்கத்தின் (innovation) முக்கியத்துவத்தினை விளக்குக
- c) சந்தைப்படுத்தல் கலப்பு (Marking Mix ) என்பதனால் நீர் விளங்கிக் கொள்வது யாது?
- d) தற்கால சந்தைப்படுத்தலில் தொழில்நுட்பத்தின் முக்கியத்துவத்தினை கருக்கமாக விளக்குக

6.

பின்வருவனவற்றில் ஏதேனும் நான்கிற்கு (04) சிறுகுறிப்பு எழுதுக

- i) விளம்பரமும் சந்தைப்படுத்தலும்
- ii) Online சந்தைப்படுத்தல்
- iii) கலாசாரமும் சந்தைப்படுத்தலும்
- iv) புத்தாக்க ஆராய்ச்சிகளும் சந்தைப்படுத்தலும்
- v) தார்மீக விழுமியமும் சந்தைப்படுத்தலும்
- vi) வாழ்க்கை வட்டக் கட்டங்களும் வேறுபட்ட கொள்வனவு நடத்தையும்.

**UNIVERSITY OF COLOMBO-SRI LANKA**

**FACULTY OF ARTS**

**Third Year Examination in Arts (General) – 2018**

**ENH 3143/ELT 3152– PRINCIPLES OF MARKETING**

**Time Duration: TWO (02) Hours**

**Answer FOUR (04) Questions Only.**

**Each question carries equal marks**

---

(1)

- a) Explain how does marketing differ from mere selling.
- b) Explain the evolution of marketing by focusing its three stages.
- c) "External Macro and Micro environments of a company play an important role of its marketing programme". Do you agree with the above statement? Explain your answer.

(2)

- a) A marketer should focus on several factors to develop a dynamic market". Analyze the important of these factors in developing a dynamic market.
- b) Explain the stages of Consumer Buying Decision Process using suitable examples.
- c) "A product is much more than a set of physical attribute" Do you agree with this statement? Explain your answer with examples.

(3)

- a) Identify and explain the factors that can create the differences among buyers.
- b) It is argued that an important factor of a company's success is the ability to segment its market effectively. Do you agree with this statement? Explain your answer.
- c) Identify and explain the key requirements which are essential for effective market segmentation.
- d) What are the benefits of segmentation of consumer market?

(4)

- a) "Firms use branding for a variety of reasons" What are the main reasons for branding?
- b) "Sometimes firms do not use branding as a marketing strategy" Explain the possible reasons for not branding.
- c) "Packaging is used as a marketing tool to compete with rival firms". What are the major advantages of packaging? )

(5)

- a) How do you distinguish consumer product and business product?
- b) Explain the importance of product innovation in marketing.
- c) What do you mean by Marketing Mix?
- d) Briefly explain the importance of technology in present marketing.

(6) Write short notes on any four (04) of the following.

- i) Advertisement and marketing.
- ii) Online marketing.
- iii) Culture and marketing.
- iv) Innovative research and marketing.
- v) Ethics and marketing
- vi) Life cycle stages and different buying behavior.