

SAIRAM COACHING CENTRE**(Contact nos: 99765 23965, 94447 23894)****TRB - P.G.Asst. - COMMERCE****UNIT - I**

1. Marketing is concerned with the creation of utilities

I. Form utilities II. Place Utilities
III. Time Utilities IV. Possession utilities

Of these:

- A) I and III are correct B) I, II and IV are correct
C) I, III and IV are correct D) All are correct

சந்தையியல் பின்வரும் பயன்பாடுகளை உருவாக்குகிறது

i) நிறுவனப் பயன்பாடு ii) இடப் பயன்பாடு iii) காலப் பயன்பாடு iv) உரிமையைப் பயன்பாடு
இவற்றில்

- அ) I மற்றும் III சரி ஆ) I, II மற்றும் IV சரி
இ) I, III மற்றும் IV சரி ஈ) இவை அனைத்தும் சரி

2. The “eyes and ears” of a business is

a. Office accommodation b. Marketing c. Organization d. Finance

தொழிலின் கண் மற்றும் காதுகளாக கருதப்படுவது

- அ) அலுவலகம் ஆ) சந்தையியல் இ) அமைப்பு ஈ) நிதி

3. The term market is derived from

a. Latin word b. Greek word c. French word d. German word

சந்தை என்ற வார்த்தை எந்த மொழியிலிருந்து பெறப்பட்டது

- அ) லத்தீன் வார்த்தை ஆ) கிரேக்க வார்த்தை
இ) பிரெஞ்சு வார்த்தை ஈ) ஜெர்மன் வார்த்தை

4. The Latin word ‘Mercatus’ means

a. To trade b. to sell c. merchandise d. both a and c

லத்திய வார்த்தை Mercatus என்பது

- அ) வியாபாரமாக்குதல் ஆ) விற்பனையாக்குதல்
இ) வணிகமயமாக்குதல் ஈ) அ மற்றும் இ

5. A perfect market is

- a. A real concept b. a Psychological concept
c. a Relative concept d. Only a theoretical concept

நேர்த்தியான சந்தை என்பது

- அ) உண்மை தத்துவம் ஆ) உணர்வுபூர்வமான தத்துவம்
இ) சம்பந்தப்பட்ட தத்துவம் ஈ) எழுத்துப்பூர்வமான தத்துவம்

6. From the management point of view, 'Market' means

- a. Place of business b. merchandise
c. the demand for a commodity
d. "Social institution", performing the work of middlemen, transport, agency, warehousing

நிர்வாகவியல் கருத்தின்படி சந்தை என்பது

- அ) தொழிலுக்கான இடம் ஆ) வணிகமயமாக்குதல்
இ) பொருளுக்கான தேவை ஈ) சமுதாய நிறுவனத்தின் மூலமாக இடைதரகர், போக்குவரத்து முகவர் மற்றும் பண்டக் காப்பீடு பணி செய்வது

7. In the economy sense, market means

- a. Place of business b. merchandise
c. the demand for a commodity d. a social institution

பொருளாதாரத்தின் அடிப்படையில் சந்தை என்பது

- அ) தொழிலுக்கான இடம் ஆ) வணிகமயமாக்குதல்
இ) பொருளுக்கான தேவையை உருவாக்குதல் ஈ) சமுதாய நிறுவனம்

8. Family market existed during

- a. Village economy b. town economy
c. both (a) and (b) d. none of the above

குடும்ப சந்தை என்பது

- அ) கிராம பொருளாதாரம் ஆ) நகர் பொருளாதாரம் இ) அ மற்றும் ஈ ஈ) இவை ஏதுமில்லை

9. Every market is

- a. Perfect b. imperfect c. both (a) and (b) d. none of these

ஒவ்வொரு சந்தையும்

அ) நேர்த்தியான ஆ) நேர்த்தியற்ற இ) அ மற்றும் ஆ ஈ) இவை ஏதுமில்லை

10. Which of the following markets deals in valuable metals?

- a. Foreign exchange market b. Bullion market
c. Stock market d. Manufactured goods market

எந்த சந்தையில் மதிப்புள்ள பொருள்கள் விற்பனை செய்யப்படுகிறது.

அ) பன்னாட்டு சந்தை ஆ) ஆபரணச் சந்தை

இ) பங்கு சந்தை ஈ) உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருளுக்கான சந்தை

11. Functional approach of marketing is given

- a. A.W. Shaw b. L.D.H. Weld c. A . Ravzan d. Harold Barger

சந்தையில் என்பது பணியில் அணுகுமுறையை சார்ந்தது என்று கூறியவர்

அ) A.W. ஷா ஆ) L.D.H. வெல்டு இ) A. ராவ்சன் ஈ) A. ஹெரால்டு பர்கர்

12. Modern marketing is

- a. Sales-oriented b. Product oriented
c. Consumer oriented d. All the above

நவீன சந்தையியல் என்பது

அ) விற்பனை சம்பந்தப்பட்டது ஆ) பொருள் சம்பந்தப்பட்டது

இ) நுகர்வோர் சம்பந்தப்பட்டது ஈ) இவை அனைத்தும்

13. Marketing concept is a

- a. business philosophy b. Social technology
c. both (a) and (b) d. None of the above

சந்தையியல் தத்துவம் என்பது

அ) தொழில் தத்துவம் ஆ) சமுதாய தொழில்நுட்பம்

இ) அ மற்றும் ஆ ஈ) இவை ஏதுமில்லை

14. Concept of market was totally absent in

- a. Self-sufficient stage b. Barter stage
c. Production oriented stage d. Sales oriented stage

சந்தை என்ற தத்துவம் பின்வரும் எந்த நிலையில் எழவில்லை

- அ) தன்னிறைவு நிலை ஆ) பண்டமாற்று நிலை
இ) உற்பத்திக்கான நிலை ஈ) விற்பனைக்கான நிலை

15. The first stage in the evolution of marketing is

- a. Self-sufficient stage b. exchange oriented stage
c. production oriented stage d. sales-oriented stage

சந்தையியல் உருவாக்கத்தில் முதல் நிலை எது?

- அ) தன்னிறைவு நிலை ஆ) மாற்றுதற்குரிய நிலை
இ) உற்பத்திக்கான நிலை ஈ) விற்பனைக்கான நிலை

16. The present stage of the evolution of the marketing concept is

- a. Consumer-oriented stage b. sales-oriented stage
c. production-oriented stage d. management oriented stage

தற்போதுள்ள சந்தையியல் தத்துவம் என்பது

- அ) நுகர்வோர் சம்பந்தமான நிலை ஆ) விற்பனைக்கான நிலை
இ) உற்பத்திக்கான நிலை ஈ) நிர்வாகவியல் சம்பந்தமான நிலை

17. The first step in the process of marketing is

- a. Buying b. Selling c. Transportation d. Warehousing

சந்தையியல் முதல் படி

- அ) வாங்குதல் ஆ) விற்பனை செய்தல் இ) போக்குவரத்து ஈ) பண்டககாப்பீடு

18. Which of the following approach is called as 'descriptive approach'?

- a. Institutional approach b. Commodity approach
c. Functional approach d. Management approach

பின்வரும் அணுகுமுறையில் எது தெளிவான நீண்ட அணுகுமுறை என்று அழைக்கப்படுகிறது.

- அ) நிர்வாக அணுகுமுறை ஆ) பொருள் அணுகுமுறை
இ) பணிகள் அணுகுமுறை ஈ) நிர்வாகவியல் அணுகுமுறை

19. Functional approach was pioneered by

- a. Clark and Clark b. A.W. Shah c. Kotler d. David Luck

பணியில் அணுகுமுறை முன்னோடி

- அ) கிளார்க் மற்றும் கிளார்க் ஆ) A.W.ஷா இ) கோட்டலர் ஈ) டேவிட் லக்

20. The area of 'Marketing Mix' was conceived by

- a. The More Levitt b. Bates c. H. Borden d. Kotler

சந்தையியல் கலப்பு என்று சொல்லை உருவாக்கியவர்

- அ) மோர் லெவட் ஆ) பேட்ஸ் இ) H. போர்டன் ஈ) கோட்லர்

21. Which of the following is not an element of Marketing Mix?

- a. Product b. Profit c. Price d. Promotion

பின்வருவனவற்றில் எது சந்தையில் கலப்பு அல்ல

- அ) பொருள் ஆ) லாபம் இ) விலை ஈ) மேம்பாடு

22. The element of marketing mix is described as

- a. Profit, Power, price and product b. Price, product, place and promotion
c. Place, promotion, product and profit
d. Product, price, place and promotion

சந்தையியல் கலப்பு என்பது பின்வரும் மூலக்கூறுகளை கொண்டது

- அ) லாபம், சக்தி, விலை மற்றும் பொருள் ஆ) விலை, பொருள், இடம் மற்றும் மேம்பாடு
இ) இடம், மேம்பாடு, பொருள் மற்றும் லாபம் ஈ) பொருள், விலை, இடம் மற்றும் மேம்பாடு

23. The classification of Four P's was popularized by

- a. Neil H. Borden b. E. Jerome McCarthy c. Kotler d. Levitt

சந்தையியல் பகுப்பான 4P's பிரபலமாக்கியவர்

- அ) நெயில் H. போர்டன் ஆ) E. ஜெரோமி மெக்கார்த்தி இ) கோட்லர் ஈ) லெவிட்

24. The act of consuming or using a good or service is

- a. Consumer behavior b. Seller behavior
c. Market behavior d. Market segment

பொருள் அல்லது சேவையை நுகரும் செயல்

- அ) நுகர்வோர் மனப்பான்மை ஆ) விற்பனையாளர் மனப்பான்மை
இ) சந்தை மனப்பான்மை ஈ) சந்தை பகுப்பாய்வு

25. Motive is a

- a. Strong feeling b. desire or emotion c. urge and instinct d. all the above

உந்துதல் என்பது

- அ) நிலையான உணர்வு ஆ) விருப்பம் அல்லது உணர்ச்சி
இ) உடனடி மற்றும் தேவை ஈ) இவை அனைத்தும்

26. Motives are influenced by

- a. Culture b. Socio-economic background c. Personality d. All the above

உந்துதல் பின்வருவனவற்றில் எது தூண்டுகிறது.

- அ) பண்பாடு ஆ) சமுதாய – பொருளாதார பின்னணி
இ) சொந்தம் ஈ) இவை அனைத்தும்

27. Which is considered as a basic needs?

- a. Psychological needs b. Safety needs c. Social needs d. Esteem needs

எது அடிப்படைத் தேவையாக கருதப்படுகிறது.

- அ) உள்வழிவமான தேவை ஆ) பாதுகாப்பு தேவை
இ) சமுதாய தேவை ஈ) மதிப்பு தேவை

28. Consumer behaviour is the result of a

- a. Mental process b. Technical process
c. Scientific process d. Social process

நுகர்வோர் மனப்பான்மை என்பது

- அ) மனநிலை செய்முறை ஆ) தொழில்நுட்ப முறை
இ) அறிவியல் முறை ஈ) சமுதாய முறை

29. “Hierarchy of needs” is associated with the name of

- a. A.H. Maslow b. Walters c. Ronald Gist d. W.J. Stanton

‘படிநிலை தேவைகளை’ உருவாக்கியவர் யார்?

- அ) A.H. மேஸ்லோ ஆ) வால்ட்டர்ஸ் இ) ரொனால்டு ஈ) W.J. ஸ்டான்டன்

30. Stimulus Response theories are experimented with

- a. People b. Birds c. Fish d. Animals

தூண்டுதல், மறுமொழி கோட்பாடு எவற்றுடன் தொடர்புடையது

- அ) மக்கள் ஆ) பறவை இ) மீன் ஈ) விலங்குகள்

31. Which of the following theories are called as ‘Learning theories’?

- a. Economic theories b. Psychological theories
c. Psycho-analytic theories d. Group theories

பின்வருவனவற்றில் எது கற்றல் கோட்பாடு என அழைக்கப்படுகிறது.

- அ) பொருளாதார கோட்பாடு ஆ) மனநிலைக் கோட்பாடு
இ) மனநிலை பகுத்தாய்வு கோட்பாடு ஈ) மொத்தம் கோட்பாடு

32. Psycho-analytic theory is developed by

- a. Marshal b. Philip Kotler c. Thorstein Veblen d. Sigmund Freud

மனநிலை பகுத்தாய்வு கோட்பாட்டை உருவாக்கியவர்

அ) மார்ஷல் ஆ) பிலிப் கோட்லர்

இ) தெரஷ்டியன் வெல்பென் ஈ) சிக்மண்ட் பிராய்டு

33. 'Id' refers to

- a. the free mental mechanism
b. the act of weighing consequences and trying to reconcile with reality
c. persons' conscience d. none of the above

முனைப்பு என்பது

அ) கட்டுப்பாடற்ற மனநிலை ஆ) விளைவுகளை முன்கூட்டியே ஆராய்தல்

இ) திடமான மனநிலை ஈ) இவை ஏதுமில்லை

34. 'Ego' refers to

- a. Persons' conscience b. the free mental mechanism
b. the psychological mechanism d. the act of weighing consequences and trying to reconcile with reality

மேல் மனம் என்பது

அ) திடமான மனநிலை ஆ) கட்டுப்பாடற்ற மனநிலை

இ) உளவியல் மனநிலை ஈ) விளைவுகளை முன்கூட்டிய ஆராய்தல் மற்றும் சமன்படுத்தல்

35. Super ego is a

- a. Person's conscience b. psychological mechanism
c. free mental mechanism d. the act of weighing consequences

மேல் மனக்கூறு என்பது

அ) மனிதனின் திடமான நிலை ஆ) உளவியலான

இ) சுதந்திரமான மனநிலை ஈ) விளைவுகளை சிந்திக்கும் செயல்

36. Market segmentation divides the market into submarkets, having

- a. Homogeneous features b. heterogeneous features
c. either (a) and (b) d. none of the above

சந்தையியல் பகுப்பாய்வு என்பது சந்தையை பல பிரிவுகளாக

அ) ஒரே மாதிரியான தன்மை ஆ) மாறுபட்டதன்மை

இ) அ அல்லது ஆ ஈ) இவை ஏதுமில்லை.

37. Criteria for successful market segmentation

- I. Substantiality II. Measurability
III. Accessibility IV. Representability

- a. I and II are correct b. II, III and IV are correct
c. I, II and III are correct d. all are correct

வெற்றிக்கரமான சந்தையியல் பகுப்பாய்விற்கு தேவையான காரணிகள்

- அ) போதுமான மனநிலை ஆ) அளவிடக்கூடியவை
இ) அணுகக்கூடியவை ஈ) பிரதிநிதித்துவ தன்மை
அ) அ மற்றும் ஆ சரி ஆ) ஆ, இ மற்றும் ஈ சரி
இ) அ, ஆ மற்றும் இ சரி ஈ) இவை அனைத்தும்

38. Substantiality refers to

- a. The size of segmented market
b. The effective direction of marketing effort towards segments
c. Measures the changing behavior pattern of consumers
d. Individuality of their own

போதுமான தன்மை என்பது

- அ) சந்தையின் அளவு ஆ) சந்தையியல் நடவடிக்கைகள்
இ) நுகர்வோர் மனநிலையை ஈ) தனிமனித்துவம்

39. The main purpose of market segmentation is

- a. to measure the changing behaviour pattern of consumers
b. to select the proper channel of distribution
c. to have individuality of its own
d. to identify the level of demand

சந்தை பகுப்பாய்வின் முக்கிய நோக்கம்

- அ) நுகர்வோர் மனமாற்றத்தை அளவிடல் ஆ) வழங்கல் வழியை தேர்ந்தெடுத்தல்
இ) தனித்தன்மை ஈ) தேவையை ஆராய்தல்

40. Which is the sales area divided into statewise or district wise

- a. Demographic segmentation b. Geographic segmentation
b. Product segmentation d. Benefit segmentation

விற்பனை பகுதியை மாநில அளவிலோ அல்லது மாவட்ட அளவிலோ பிரித்தால்

அ) மக்கள்தன்மை பகுப்பாய்வு ஆ) புவியியல் பகுப்பாய்வு

இ) பொருள் பகுப்பாய்வு ஈ) ஆதாய பகுப்பாய்வு

41. Dividing the total market into different parts on the basis of population is

a. Geographic segmentation b. Demographic segmentation

c. Socio-economic segmentation d. Product segmentation

42. Dividing the total market into different parts as the basis of income groups is

a. Socio-economic segmentation b. Geographic segmentation

c. Product segmentation d. Benefit segmentation

43. Which method of segmentation is called a rational approach?

a. Benefit segmentation

b. Product segmentation

c. Marketing factor segmentation

d. Life style segmentation

44. Under the buyers may be divided on the basis of the quantity purchased

a. Volume segmentation b. Life style segmentation

c. Product segmentation d. Benefit segmentation

45. Product line refers to

a. a particular product

b. process of withdrawal

c. a group of products that are closely related d. Channel of distribution

46. The Exchange value of a good or service in terms of money is

a. Cost b. Price c. Profit d. Sales

47. Internal factors of product pricing includes

a. Demand and competition b. cost and demand

c. Market channels and demand d. Cost and objectives

48. The important external factors are

a. Demand and competition b. Marketing channels and political factors

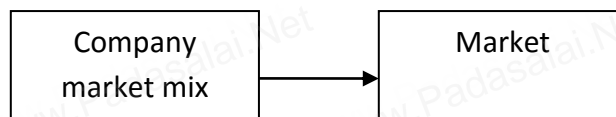
c. Legal considerations d. all the above

49. The higher price which in itself differentiate the product is known as

a. Mark down prices b. Price cutting c. Prestige price d. Dual price

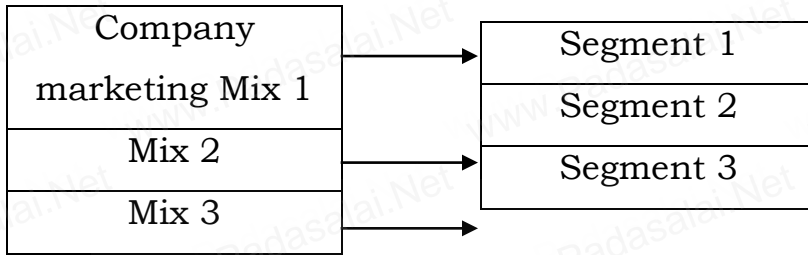
50. Cost-oriented pricing policy is also referred to as
a. Cost-volume pricing b. cost-plus pricing
c. Target pricing d. Dual pricing
51. Cost plus pricing policies are used by
a. Retail traders b. Wholesale traders
c. retail traders and in manufacturing industries d. none of these
52. The break-even point is point where
a. There is profit b. there is loss
c. there is neither loss nor profit d. None of these
53. The price is fixed at a full number under the method of
a. Odd pricing b. Psychological pricing
c. Customary pricing d. Prestige pricing
54. Prestige pricing is applied to
a. Essential goods b. inferior goods c. normal goods d. luxury goods
55. Price lining policy is usually found among
a. Retailers b. whole sellers c. both (a) and (b) d. None of these
56. Dual pricing is also referred to as
a. Cost plus pricing b. Skim-the-cream pricing
c. Target pricing d. Discriminatory pricing
57. Administered pricing applies to the practice of pricing on the basis of
a. cost b. competitive pressure
c. the law of supply and demand d. the policy decisions of the sellers
58. Skimming price is also termed as
a. Cost-plus pricing b. Pricing at the market
c. Target pricing d. Skim the cream pricing
59. Example of skimming pricing
a. First edition of text-books b. Railway freight rates
c. Bus fares d. all the above

60. The skimming price policy is most convenient in the cost of
a. New products b. existing product
c. both (a) and (b) d. none of these
61. Under penetration pricing method, the sellers setting is
a. A low price b. higher price c. minimum price d. normal price
62. Under skimming pricing, the fixation of price is
a. Low b. high c. medium d. minimum
63. Sealed bid pricing is followed in the case of
a. Specific job works b. industrial suppliers
c. both (a) and (b) d. none of these
64. Negotiated pricing is adopted by
a. Whole sellers b. Retailers c. Industrial suppliers d. all the above
65. Mark-up pricing is adopted by
a. Industrial suppliers b. contractors
c. whole sellers and retailers d. all the above
66. A pricing policy designed to have the same price to customer in a specific area is
a. Zone pricing (Geographical pricing) b. Competitive pricing
c. Customary pricing d. monopoly pricing
67. Penetration pricing is opposite to the
a. Dural pricing method b. Administered pricing method
c. Expected pricing method d. Skimming pricing method.
68. From the following figures point out correct alternative market coverage strategies



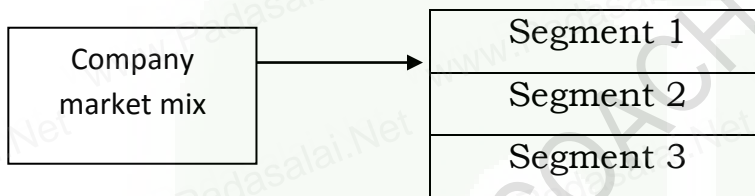
- a. Undifferential marketing b. differential marketing
c. concentrate marketing d. none of these

69. From the following figures point out correct alternative market coverage strategies



- a. Undifferential marketing
- b. differential marketing
- c. concentrate marketing
- d. none of these

70. From the following figures point out correct alternative market coverage strategies



- a. Undifferential marketing
- b. differential marketing
- c. concentrate marketing
- d. none of these

71. Marketing is the comprises both buying and selling. This definition of marketing has been given by

- a. Pyle
- b. Mazur
- c. McCarty
- d. Hansen

72. “Marketing is the delivery of standard”. This definition of marketing has been given by

- a. Tousey
- b. Stanton
- c. Kotler
- d. Mazur

73. “The Marketing concept is a customer orientation backed by integrated marketing aimed at generating customer satisfaction as the key to satisfying organizational goals”. This concept of marketing has been given by

- a. Stanton
- b. Tousey
- c. Kotler
- d. Hansen

74. Utility concept of marketing has been given by
a. Paul Mazur b. Philip Kotler c. Richard Buskirk d. Clark & Clark
75. Market segmentation is
a. dealer's oriented b. customer's oriented
c. owner's oriented d. worker's oriented
76. "..... grouping of buyers or segmenting the market is described as market segmentation". This definition of market segmentation has been given by
a. Philip Kotler b. William J. Stanton
c. R.S.Davar d. American Marketing Association
77. The main object of market segmentation is
a. Grouping of customers b. Grouping of dealers
c. Grouping of producers d. Grouping of manufacturers
78. Marketing segmentation
a. Improves quality of products b. control prices
c. reduces competition d. ensures higher customer satisfaction
79. The term marketing-mix was coined by
a. Philip Kotler b. R.S. Davar c. J. Stanton d. James Cullition
80. The existence of competition in the market is
a. Essential b. Burden c. Unnecessary d. Unwanted
81. "The main object of business is to create customer". It is the statement of
a. Pyle b. Hansen c. Drucker d. Stanton
82. Government intervention in the field of marketing is in the interest of
a. Dealer b. Consumer c. Producer d. None of them

83. Consumer behavior is the process whereby individuals decide whether, what, when, where, how and from whom to purchase goods and services". This definition of consumer behavior has been given by
- a. Philip Kotler b. R.S. Davar c. J. Stanton d. Walter and Paul
84. In India, the study of consumer behavior is
- a. Needed b. wastage of money
c. unnecessary d. Wastage of time and energy
85. The pride as buying motive is
- a. Weak b. Strong c. Satisfactory d. none of these
86. Consumer behavior is
- a. Fixed b. Changing c. Unwanted d. None of these
87. Emotional incentives are
- a. Internal b. external c. a + b both d. None of these
88. Consumer behavior is affected by
- a. Family b. Age c. Income d. All of these
89. Consumer behavior is
- a. Simple b. Hard c. Complex d. All of these
90. Philip Kotler's six class system includes
- a. Upper b. Lower c. Middle d. All of these
91. Maslow's basic needs include
- a. Psychological needs b. Safety needs c. Social needs d. All of them
92. Consumer behavior is
- a. The study of individual consumer
b. the study of all consumer behavior c. a + b d. None of these
93. The stages of product life cycle are
- a. 8 b. 6 c. 4 d. 2

94. "The product life cycle is an attempt to recognize distinct stages in the sales history of the product. "This definition has been given by
a. Stanton b. Davar c. Arch Patton d. Kotler
95. The life of a product is
a. Limited b. Unlimited c. Static d. None of these
96. The last stage in the product life cycle is
a. Maturity b. Saturation c. Obsolescence d. decline
97. The concept of product life cycle is a warning to
a. Consumers b. Producers c. Government d. Middlemen
98. Converse described physical distribution as the other half of marketing in
a. 1654 b. 1754 c. 1854 d. 1954
99. "Physical distribution involves the actual movement and storage of goods after they are produced and before they are consumed" This definition of physical distribution was given by
a. Cundiff & Still b. Stanton c. Davar d. Drucker
100. Due to physical distribution the distribution cost is
a. Increased b. reduced c. constant d. stabilised
101. "Physical distribution is economy's dark continent". This statement has been given by
a. Pyle b. Clark & Clark c. Drucker d. Kotler
102. The main cause of poor physical distribution system is
a. High cost b. Scattered market
c. relatively higher margin of profits d. Transport bottleneck
103. Pricing Policy is determined by
a. Producers b. Consumers c. Distributors d. State
104. Under administered pricing policy, the price of a product is fixed by
a. Consumer b. Producer c. Distributor d. State

105. Prestige price policy method is applied in
a. Essential goods b. Comfort goods
c. luxury goods d. None of these
106. Under skimming pricing policy, the price of a new product fixed at the initial stage is
a. Low b. High c. minimum d. None of these
107. Under penetration pricing policy, the price of a new product fixed at the initial stage is
a. Minimum b. Low c. high d. none of these
108. The channel of distribution is not in the interest of
a. Consumer b. Producers c. Distributor d. competitors
109. The word 'channel' has its origin to the
a. Latin word b. French word c. Russia word d. Greek word
110. Perishable goods require
a. Direct selling b. indirect selling
c. direct and indirect both selling d. None of these
111. Channel of distribution _____ cost of goods
a. Reduces b. increases c. Statbilise d. no effect