



Marketing

Management.



EXCELLENCE IN ACTION - VETRI TRUST, TUTICORIN





EXCELLENCE IN ACTION - VETRI TRUST, TUTICORIN

அடங்கியவை

தந்தையியல்

அறிவுரை.

செயல்பாடு.

• விசுவாசம் உடையவர்களுக்கு உதவி செய்து கொடுத்தது.

• விசுவாசம் உடையவர்களுக்கு உதவி செய்து கொடுத்தது.

பெற்றுள்ளது.

• தந்தையியல் திட்டம் செயல்படுத்தி

• தந்தையியல் திட்டம் செயல்படுத்தி

செயல்பாடு

• தந்தையியல் திட்டம் செயல்படுத்தி

• தந்தையியல் திட்டம் செயல்படுத்தி

செயல்பாடு

• தந்தையியல் திட்டம் செயல்படுத்தி

• தந்தையியல் திட்டம் செயல்படுத்தி

செயல்பாடு

• தந்தையியல் திட்டம் செயல்படுத்தி

• தந்தையியல் திட்டம் செயல்படுத்தி

செயல்பாடு

• தந்தையியல் திட்டம் செயல்படுத்தி

• தந்தையியல் திட்டம் செயல்படுத்தி

செயல்பாடு

• தந்தையியல் திட்டம் செயல்படுத்தி

• தந்தையியல் திட்டம் செயல்படுத்தி

செயல்பாடு

• 4P (product, price, place, promotion) செயல்படுத்தி

• தந்தையியல் திட்டம் செயல்படுத்தி

செயல்பாடு

1) உபயோகம் வழங்கும் வழங்கும் வழங்கும் வழங்கும்?

உபயோகம் செயல்படுத்தும் முறைகள் :-

- \* ஒரு துணைப்பொருள்/பொருள் வாரியர் அல்லது நுகர்வோர்/புள்ளி தொண்டையும் பரிசீலனை (or) உபயோகம் உபயோகம் செயல்படுத்தும் முறைகள்.
- \* கருவியான உபயோகம் முறை தெரியாத தொண்டை உபயோகம் செயல்படுத்தும் முறைகள்.

உபயோகம் செயல்படுத்தும் முறைகள் :-

நேரடி உபயோகம் :- (Direct channel)

துணைப்பொருள் → நுகர்வோர்.

- \* நேரடி உபயோகம் முறையில் துணைப்பொருள் நுகர்வோர் நுகர்வோர்/புள்ளி தொண்டை உபயோகம் செயல்படுத்தும் முறைகள்.

உபயோகம் :-

- \* உபயோகம் நேரடியாக சந்தையம் காண்பது அல்லது நேரடி சந்தையம் முறையான துணைப்பொருள் அல்லது உபயோகம் செயல்படுத்தும் முறைகள் (Amazon Self-Selling)

தொண்டைகள் :-

- \* துணைப்பொருள் நுகர்வோர் அல்லது உபயோகம் செயல்படுத்தும் முறைகள்.

\* திசுறால் லாபத்திலே அதிகமாக உற்பத்தியானால்  
தென்றையுமே .

\* வெளியே உற்பத்திக்கையானாலும் எல்லா தெளயும்  
ஏதும்மே .

### தெளயாடுகள் :-

\* உரிமையாக உற்பத்தி தெளய .

சிறிக தெளய தெளயயடுகெழு .

முதலியை தெளய :- (one-level channel)

தொளியாளர் → திரவண உற்பத்தியாளர் → துள்ளுள்ளர் .

\* திவகு முதலியைள்ளர் (Retailer) உட்கெ  
உள்ளார் .

### உதிரணம் :-

\* தெக்கிரி தொளியாளர் கண்ட தெளய உற்பத்தி .

### நண்ணுகள் :-

\* உதிரணம் உரிமையாகும் நண்ணுகும்

\* திசுறால் தெளய தெளயுகெழு .

திருகைய தெளய (Two level channel)

தொளியாளர் → தெளய உற்பத்தியாளர் →

திரவண உற்பத்தியாளர் → துள்ளுள்ளர் .

\* திவகுதெளயில் திரவண தெளயாளர் உள்ளார் .

## மூன்று மட்டம் கொண்ட குளம் : (Three level channel)

உயர்மட்டம் → குளம் → மிதமான மட்டம் →  
குறைந்த மட்டம் → நேர் குளம்.

\* மிதமான மட்டம் குளம் மீட்டர் மட்டம் உள்ளது.

### பயன்:

\* மிதமான மட்டம் குளம், சேமிப்பு உயர்மட்டம்  
பயன்படுகிறது.

சேமிப்பு குறைந்தது, மிதமான மட்டம் குறைந்தது.

### மிதமான மட்டம் குளம் குறைந்தது :-

\* மிதமான மட்டம் குளம் குறைந்தது குளம்  
மிதமான மட்டம் குறைந்தது குறைந்தது.

\* மிதமான மட்டம் குறைந்தது, மிதமான மட்டம்  
குறைந்தது குறைந்தது.

உயர்மட்டம் குறைந்தது குறைந்தது குறைந்தது  
குறைந்தது குறைந்தது குறைந்தது.

\* மிதமான மட்டம் குறைந்தது குறைந்தது குறைந்தது.  
குறைந்தது குறைந்தது குறைந்தது  
குறைந்தது குறைந்தது குறைந்தது.

-x-x-x

## 3) விளம்பரத்தின்

வகைகளை விளக்கிக்.

### விளம்பரம் :-

★ விளம்பரம் என்மது ஒரு பொருள், சேவை அல்லது மோசனத்தை மக்களிடம் அறிமுகப்படுத்தி, அந்த வாங்க அல்லது பயன்படுத்த சூண்டும் சூழலை தொடர்பு சூழலாகும்.

★ இது விருவணத்தின் உணிக வளர்த்திக்கு மிக முக்கியமான முயற்சியும்.

விளம்பரங்களின் பல வகைகள் பின்வருமாறு :-

### தெரிக்கத்தின் அறிமுகம் :-

சூழலை விளம்பரம் :- (Informative advertisement)

★ அதிப பொருட்களை அறிமுகப்படுத்தும் போது அதன் தன்மைகள், மற்றும் பயன்பாடு ஆகியவற்றை விளக்க தொடர்பும் விளம்பரங்கள்.

உதாரணம் :- அதிப பொருட்கள் தொடர்பு விளம்பரம்.

சூண்டுகை விளம்பரம் :- (persuasive Advertisement)

★ உபயோககரமான பொருளை வாங்கத் சூண்டும் உணகியை உருவாக்கப்படும் விளம்பரங்கள்.

உதாரணம் :- "இந்த சோய்ய தான் சிறந்தது" என உலி

வாங்க சூண்டும் விளம்பரம்.

**விண்ணப்பம்: உணர்வுகள் :- (Reminder Advertisement)**

\* ஏற்கனவே உள்ள பொருளை மீண்டும் விண்ணப்பம் உணர்வுகள்.

**உதாரணம் :-** Golo-Gola, Pepsi போன்ற விண்ணப்பங்கள்

**மேலதரத்தின் அடிப்படையில் விண்ணப்பம் :-**

**அச்ச விண்ணப்பம் :-** நெடுகிதழ், கித்திரம், பத்திரங்கள் (Print Advertisement)

**சூழி-சூழி விண்ணப்பம் :-**

**Audio-visual Advertisement)**

விதிகாண்களில், உரணம்.

**பொருள்பற்றி விண்ணப்பம் :-**

**Outdoor-Advertisement)** கோட்டை, போஸ்டர், சுவர் ஓவியம்.

**ஆன்லைன் விண்ணப்பம் :-**

சமூக ஊடகங்கள், இணையதளங்கள்.

**(online - Advertisement)**

**பரம்பலத்தின் அடிப்படையில் விண்ணப்பம் :-**

**உள்ளூர் விண்ணப்பம் :-** குறிப்பிட்ட பகுதியை கொண்ட (Local- Advertisement) விண்ணப்பம்.

**நேசிய விண்ணப்பம் :-** முழு நாட்டிற்கும் தேசிய (National - Advertisement) விண்ணப்பம்.

**கர்வகேச விண்ணப்பம் :-** பல நாடுகளுக்கும் தேசிய (International - Advertisement) விண்ணப்பம்.

**வித்யலயங்களின் சிவசங்கடங்கள் அடங்கியவை :-**

யோநிடிகள் மற்றும் கேள்விகளுக்கான அடங்கியவை.

**உண்கித அடங்கியவை :-** சமீபத்தில் அறிவிக்கப்பட்டிருக்கும் குடியிருப்புகள் யோநிடிகள் கேள்விகளும் அடங்கியவை.

**கூடுதல் அடங்கியவை :-** யோநிடிகள் மற்றும் கேள்விகளுக்கான அடங்கியவை.

**பிரதீபி அடங்கியவை :-** பிரதீபி கந்தி (08) வேட்டாளர்களுக்கான அடங்கியவை.

**அடங்கியவர்களுக்கான சிவசங்கடங்கள் :-**

★ மதிப்பு யோநிடிகளை சாதிக்கப்பட்டிருக்கிறார்கள். அடங்கியவை சிவசங்கடங்கள்.

★ அடங்கிய கேள்விகளும் அடங்கியவை மற்றும் அடங்கியவை.

★ உண்கித கருத்து யோநிடிகள் முன்னிலையில் யோநிடிகள் உடங்கியவை.

★ ஆகவே யோநிடிகள் யோநிடிகள் மற்றும் கருத்து கருத்து உடங்கியவை.

**கேள்விகள் :-**

★ அடங்கியவர்களால் அடங்கியவர்களுக்கான கேள்விகள் அடங்கியவை. சில கேள்விகளால் அடங்கியவை அடங்கியவை அடங்கியவை யோநிடிகள் அடங்கியவை.

4) இசைக்கலை வளர்ச்சியை ஈடுபடுத்தி இசைக்கலை வளர்ச்சி.

இசைக்கலை வளர்ச்சி:-

\* இசைக்கலை வளர்ச்சி என்பது கலைக்கலைகள் (6) இசைக்கலைகள் ஆகியன (6) கலைக்கலை வளர்ச்சிக்காக இசைக்கலை, வளர்ச்சி வளர்ச்சி, வளர்ச்சி வளர்ச்சி, வளர்ச்சி வளர்ச்சி, வளர்ச்சி வளர்ச்சி, வளர்ச்சி வளர்ச்சி.

\* இசைக்கலை வளர்ச்சியில் சிறந்த கலைக்கலை கலைக்கலை.

இசைக்கலை வளர்ச்சியின் முக்கியத்துவம்:-

\* இசைக்கலை வளர்ச்சியின் கலைக்கலை வளர்ச்சி கலைக்கலை வளர்ச்சி கலைக்கலை வளர்ச்சி.

\* இசைக்கலை வளர்ச்சியின் கலைக்கலை வளர்ச்சி கலைக்கலை வளர்ச்சி கலைக்கலை வளர்ச்சி.

\* இசைக்கலை வளர்ச்சியில் கலைக்கலை வளர்ச்சி கலைக்கலை வளர்ச்சி கலைக்கலை வளர்ச்சி.

\* இசைக்கலை வளர்ச்சியில் கலைக்கலை வளர்ச்சி கலைக்கலை வளர்ச்சி கலைக்கலை வளர்ச்சி.

\* இசைக்கலை வளர்ச்சியின் கலைக்கலை வளர்ச்சி கலைக்கலை வளர்ச்சி கலைக்கலை வளர்ச்சி.

## மூகங்களின் வகுப்புகளையும் பரிசீலிக்கும் காரணிகள் :-

### சூழியியல் காரணிகள் :-

- ★ அடிக்கையாளரின் உயர்வு, உருவமைப்பு, நெய்நெய், டிஸ்போசல் அடிக்கையாளர் சூழியியல் காரணிகள் மூகங்களின் வகுப்புகளையும் பரிசீலிக்கும் காரணிகள் ஆகும்.

### உணர்வுகளை காரணிகள் :-

- ★ அடிக்கையாளர்கள் மனநிலை மாற்றமற்ற அடிக்கையாளர் உணர்வுகளை (Motivation) உணர்வு.
- ★ அடிக்கையாளர் மனநிலை மாற்றம் உணர்வுகளை (perception) உணர்வு.
- ★ அடிக்கையாளர் மனநிலை மாற்றம் கற்றுக்கொள்ளும் (Learning) அடிக்கையாளர் உணர்வுகளை உணர்வு.
- ★ மனநிலை மாற்றம் மூலம் அடிக்கையாளர் மனநிலை மாற்றம் உணர்வுகளை உணர்வு.

### சூழியல் காரணிகள் :-

- ★ சூழியல் மனநிலை மாற்றம் கற்றுக்கொள்ளும் சூழியல் மனநிலை மாற்றம், மனநிலை மாற்றம் சூழியல் மனநிலை மாற்றம் மனநிலை மாற்றம் சூழியல் மனநிலை மாற்றம்.

## கலாச்சார காரணிகள்:-

- ★ உலகு சமூகத்தில் நிலவும் கலாச்சார காரணிகளான மதப்பிரிவுகள், பழக்கவழக்கங்கள் மற்றும் சமூகங்கள் போன்றவற்றால் உருவாகின்ற நடத்தை மாற்றங்களாகும்.

## நுகர்வோர் வாங்கும் செயல்முறை:- (Buying process)

- ★ நுகர்வோரின் தேவைகளை உணர்வை உருவாக்கும் செயல்களின் சந்தவர்களை தேர்ந்தெடுத்தல்.
- ★ உடனடியான செயல்களை மதிப்பிட்டு தேர்ந்தெடுத்தல். வாங்கும் முறை மற்றும் வாங்கிய பின் நடத்தை போன்றவை சேரும்.

## நுகர்வோர் நடத்தலின் அளவுகள்:-

- ★ சிக்கலான வாங்கும் நடத்தை.
- ★ பழக்கவழக்க வாங்கும் நடத்தை.
- ★ உடனடி நடத்தை நன்றி வாங்கும் நடத்தை.
- ★ சூழ்நிலையான வாங்கும் நடத்தை.

நுகர்வோர் நடத்தை என்மது "சந்தவியலின் இயல்பும்" எனலாம். நுகர்வோரின் உணர்வை, தேவைகள் மற்றும் உடனடியான தேர்ந்தெடுத்தல் போன்றவை நினைவுகூர வேண்டும்.

## மக்கள் நம்பியின் இயல்புகள் என்ன?

### பொது தொடர்பு:-

- ★ பொது தொடர்பு என்பது (Public Relation-PR) ஒரு நிறுவனம் மற்றும் வாடிக்கையாளர் இடையே நல்லுறவை உருவாக்கி பரஸ்பரமும் திட்டமிட்ட சுகவல் தொடர்பு நடைமுறை ஆகும்.
- ★ ஒரு நிறுவனத்தின் நல்லபெயர் (Good will) மற்றும் மதிப்பை உயர்த்துவதில் பொதுதொடர்பு மிக முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது.

### பொது தொடர்பின் முக்கியத்துவம்:-

- ★ பொதுதொடர்பின் மிக முக்கிய நோக்கம் சுவல் நிறுவனத்தின் மிக நல்லபெயர் உருவாக்கதல்.
- ★ திடீரால் நிறுவனத்தின் மதிப்பு மற்றும் வம்பிக்கையை உயர்த்துகிறது.
- ★ நற்பெயர் உருவாகும் பொது சுக நிறுவனத்தின் மீது கால உணர்ச்சிக்கு வழிவகுக்கிறது.

### பொதுமக்கள் வம்பிக்கையை பொதுதல்:-

- ★ நிறுவனம் நுகர்வோரின் தேவைகளைப் பரிசீலித்து தீர்மானி, சுக பொதுமக்கள் நலம்மறக்கிறது என்பதை மக்களுக்கு உணர்த்துகிறது.

## பெரும்படி மேலாண்மை: (Crisis Management)

- ★ நிறுவனம் தயாரிக்கும் பொருட்கள் (or) சேவைகளின் பிடி எதிர்பாராத சூழ்நிலையில் பிரச்சனைகள் (or) எதிர்பாராத சூழ்நிலைகள் ஏற்பட்டால், அவற்றை சரியான முறையில் கையாண்டு, பிரச்சனையை கிடைக்க உதவுகிறது.

### உற்பண்ணை சீர்தரம்:-

- ★ நிறுவனத்தின் பிடி துன்புறுத்தி ஏற்படும், நெருக்கடி, வம்புக்கூட போன்றவற்றால் நடை நெடர் உருவாகி அதன் காரணமாக உற்பண்ணை சீர்தரம் கெட்டு விடுகிறது.

### உற்பத்தி உற்பத்தி மேம்பாடு:-

- ★ நிறுவனத்திற்கு உள்ளே பணியாளர்களும், உற்பத்திகள் -> பணியாளர்களிடையே நடை உற்பத்தி மேம்படுத்தி அதன் காரணமாக, உற்பத்தியின் உற்பத்தியை மேம்படுத்தலாம்.

### முதலீட்டுகளை கட்டுதல்:-

- ★ நிறுவனத்தின் வம்புக்கூடம் மற்றும் துன்புறுத்தலின் காரணமாக சிறு முதலீட்டுகளை மேம்படுத்தலாம். உற்பத்தி முதலீட்டுகளை மேல் முடிவும்.

### சக்தி யோஜனையு உணர்வு:-

- ★ சக்தி கேவை, நலத்திட்டங்கள் குயம் சக்தி நலணி மந்தி கொள்கிறகு.

### யோத்தயிவி சூண்கிணை:-

- ★ நலை யடிமம் (Image) தரண்பளக யோத்தி விநுயண்பகணை மிட சூண்கிணை யெகு உதவுகிறகு.

### கிணை கலை மறுவு உயெககம்:-

- ★ மடிக்கையாளர்கள், அரக, மடிமம் பகயோருள் கிணையான மறுவை குகிபகிக்குகிறகு.

### மிணய்யர தெலவு இணைய:-

- ★ கிணயணத்திற்க்கும் யோத்தயக்ககத்திம் கிணை நலை யோகு தெளயம் கிணய்யகலி, மிணய்யர தெலவு தெளயயிலிணை.

### யோகு தெளயம் கிணை கிணை:-

★ தெலவு குகிமகம்

★ தெலயாள ககிம

★ சக்தி கேவை கிணைகிணை

★ கிணை கிணை

★ சக்தி மடிமகம்

★ கிணைகிணை மறுமம் மிணைகிணை யோண்கிணை

மிணய்யம் கிணைகிணை கிணைகிணை. யோகு தெளயம்

நலை யோகிணை கிணைகிணை.

-x -x -x