



# TAMIL NADU OPEN UNIVERSITY

Chennai - 15

School of Management Studies

SPOT ASSIGNMENT

---

COURSE – BBAM – III YEAR	COURSE CODE	BATCH
SALES & DISTRIBUTION MANAGEMENT	BBAM - 31	CY 2017

---

Time: 1 Hour

Total Marks: 25

## Part – A (2x5 = 10 Marks)

Answer any two questions. Each question carries equal marks.

1. Define Sales Organization.  
விற்பனை அமைப்பை வரையறு.
2. Comment on the Non - Financial Incentives provided to Salesman.  
விற்பனை பணியாளர்களுக்கு அளிக்கப்படும் நிதிசாராத ஊக்கத் தொகை பற்றி குறிப்பிடுக.
3. Write short note on Territory Revision.  
விற்பனை எல்லையை மாற்றியமைத்தல் சிறுகுறிப்பு வரைக.

## Part – B (1x15 = 15 Marks)

Answer any one question.

4. Describe Interview and Selection Procedures in Sales People.  
நேர்காணல் மற்றும் தேர்ந்தெடுத்தல் செயல்முறைகளை விற்பனைநபர்களுக்கு விவரி.
5. Define Sales Quota. Explain the importance of Sales Quota.  
விற்பனை பங்கீடு வரையறு. விற்பனை பங்கீட்டின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக.



# TAMIL NADU OPEN UNIVERSITY

Chennai - 15

School of Management Studies

SPOT ASSIGNMENT

---

COURSE – BBAM – III YEAR	COURSE CODE	BATCH
ADVERTISING & SALES PROMOTION	BBAM - 32	CY 2017

---

Time: 1 Hour

Total Marks: 25

## Part – A (2x5 = 10 Marks)

Answer any two questions. Each question carries equal marks.

1. What do you know about Primary and Secondary Functions of Advertising?  
விளம்பரமிடுகையில் முதல் மற்றும் இரண்டாம் நிலை செயல்பாடுகள் பற்றி நீவீர் அறிவது யாது?
2. How would you structure a Radio Advertisement?  
வானொலி விளம்பரத்தை நகல் அமைத்தல் எப்படி?
3. Who are beneficiaries of Sales Promotion?  
விற்பனை மேம்பாடு நடவடிக்கைகளின் பயனாளிகள் யாவர்?

## Part – B (1x15 = 15 Marks)

Answer any one question.

4. Briefly trace out the evolution of Advertising industry.  
விளம்பரமிடுகைத் துறையின் தோற்றம் மற்றும் வளர்ச்சி குறித்து விளக்குக.
5. What is Advertising Appeal? Describe the various kinds of Advertising Appeals.  
விளம்பரமிடுகை வாயிலான வேண்டுகோள் என்றால் என்ன? விளம்பரமிடகை வேண்டுகோலின் பல்வேறு வகைகளை விவரிக்க.



# TAMIL NADU OPEN UNIVERSITY

Chennai - 15

School of Management Studies

SPOT ASSIGNMENT

---

COURSE – BBAM – III YEAR	COURSE CODE	BATCH
SERVICES MARKETING	BBAM - 33	CY 2017

---

Time: 1 Hour

Total Marks: 25

## Part – A (2x5 = 10 Marks)

Answer any two questions. Each question carries equal marks.

1. What are the categories of Service Mix?  
சேவைக் கலப்பின் வகைகள் யாவை?
2. What are the Levels of Positioning?  
நிலைநிறுத்தல் நிலைகள் என்பது என்ன?
3. Differentiate Transaction Marketing and Relationship Marketing.  
மாற்று வியாபாரம் மற்றும் தொடர்புடைய வியாபாரத்தின் வேறுபாடு.

## Part – B (1x15 = 15 Marks)

Answer any one question.

4. Explain the steps in Positioning Process.  
நிலைநிறுத்தல் முறையின் படிகளை விளக்குக.
5. Discuss the identifying and correction Service Quality shortfalls.  
சேவை தரத்தின் குறைகளை கண்டறிந்து சரி செய்தலை பற்றி விவாதிக்க.



# TAMIL NADU OPEN UNIVERSITY

Chennai - 15

School of Management Studies

SPOT ASSIGNMENT

COURSE – BBAM – III YEAR	COURSE CODE	BATCH
RETAIL MARKETING	BBAM - 34	CY 2017

Time: 1 Hour Total Marks: 25

## Part – A (2x5 = 10 Marks)

Answer any two questions. Each question carries equal marks.

1. Define Retailing. State the functions of Retailing.  
சில்லரை வணிகம் வரையறு. சில்லரை வணிகத்தின் பணிகளை கூறுக.
2. What are the various Retail Pricing Strategies?  
பல்வேறு சில்லரை விலை நுட்பங்கள் யாவை?
3. List out the steps in Merchandising Planning.  
வணிகப் பொருள் அமைப்பை திட்டமிடுதலில் உள்ள படிநிலைகளை வரிசைப்படுத்துக.

## Part – B (1x15 = 15 Marks)

Answer any one question.

4. Explain the various classifications of Retail Firms.  
பல்வேறு வகையான சில்லறை விற்பனையாளர்களின் வகைகள் பற்றி விளக்குக.
5. What is meant by Promotion Strategy? Explain the significance of Retail Promotion Strategy in the entire Retail Marketing Mix.  
விற்பனை அபிவிருத்தி நுட்பம் என்றால் என்ன? சில்லரை சந்தையியல் கலவையில் அதன் முக்கியத்துவம் குறித்து விளக்குக.



# TAMIL NADU OPEN UNIVERSITY

Chennai - 15

School of Management Studies

SPOT ASSIGNMENT

---

COURSE – BBAM – III YEAR	COURSE CODE	BATCH
MARKETING RESEARCH	BBAM - 35	CY 2017

---

Time: 1 Hour Total Marks: 25

## Part – A (2 x 5 = 10 Marks)

Answer any two questions. Each question carries equal marks.

1. Explain the characteristics of Good Marketing Research.  
சிறந்த சந்தையியல் ஆய்வின் குணாதிசியங்களை விளக்குக.
2. What is Coding?  
தகவல் குறியிடல் என்றால் என்ன?
3. Explain the contents of Written Report?  
எழுத்து மூலமான ஆய்வு அறிக்கையின் கூறுகளை பற்றி விளக்குக.

## Part – B (1 x 15 = 15 Marks)

Answer any one question.

4. What is Sampling? Classify Sampling Techniques.  
கூறெடுப்பு என்றால் என்ன? கூறெடுப்பு முறைகளின் வகைகளை விளக்குக.
5. Explain the important components of a Research Report.  
ஆய்வு அறிக்கையின் முக்கிய கூறுகள் பற்றி விளக்குக.