

UG-312

BBAM-31

B.B.A. DEGREE EXAMINATION –  
DECEMBER, 2019.

Third Year

Marketing Management

SALES AND DISTRIBUTION MANAGEMENT

Time : 3 hours

Maximum marks : 75

PART A — (3 × 5 = 15 marks)

Answer any THREE questions.

1. Write a brief note on duties and responsibilities of sales manager.

விற்பனை மேலாளரின் கடமைகளையும், பொறுப்புக்களையும் சுருக்கமாக எழுதுக.

2. Elucidate some methods and techniques used in recruiting sales persons.

விற்பாண்மையர் பணியமர்த்துலின் உபயோகிக்கும் சில வழிமுறைகளையும் நுணுக்கங்களையும் விவரி.

3. Explain the different methods of compensation of sales force.

விற்பனை அணியினரின் ஈடு செய்தலின் பல்வேறு முறைகளை விளக்கவும்.

4. Briefly explain the factors influencing the identification of channel member.

பகிர்வு வழங்குதலின் உறுப்பினரின் அடையாளத்தை பாதிக்கும் காரணிகளை சுருக்கமாக விளக்குங்கள்.

5. Enumerate the important Functions of merchant intermediaries.

வணிகர் இடைநிலையாளர்களின் முக்கிய பணிகள் குறித்து விவரிக்க.

PART B — (4 × 15 = 60 marks)

Answer any FOUR questions.

6. Explain the different methods of compensation of sales force.

விற்பனை சக்திகளின் இழப்பீட்டு முறைகளை விளக்கவும்.

7. Elaborate the selection procedures adopted in selecting sales persons.

விற்பாண்மையரை தெரிவு செய்தலின் போது மேற்கொள்ளப்படும் வழிமுறைகளை விளக்குக.

8. What are the methods of performer appraisal? Which of these would you recommend for appraising sales force in India?

செயல்பாடுகளை மதிப்பீடு செய்ய உள்ள பல்வேறு வழிமுறைகள் என்ன? இந்தியாவில் விற்பாண்மையரின் செயல்பாடுகளை மதிப்பீடு செய்ய சிறந்த வழிமுறையாக நீவிர் சிபாரிசு செய்வது எது?

9. What are the various functions of distribution channels? Explain.

பகிர்வு வழங்கலின் பல்வேறு பணிகள் யாவை? விளக்குக.

10. What are the classification of agent middlemen?

முகவர் இடைநிலையாளர்களின் முக்கிய பணிகள் குறித்து விளக்குக.

11. Describe the functions of sales management.

விற்பனை மேலாண்மையின் பணிகளை விளக்குக.

12. Discuss in brief the various methods of training with their relative merits and demerits.

பல்வேறு வகையான பயிற்சி முறைகளையும் அவற்றின் நன்மை தீமைகளை சுருக்கி விவாதி.

UG-313

BBAM-32

B.B.A. DEGREE EXAMINATION –  
DECEMBER, 2019.

Third Year

Marketing Management

ADVERTISING AND SALES PROMOTION

Time : 3 hours

Maximum marks : 75

PART A — (3 × 5 = 15 marks)

Answer any THREE questions.

1. Explain the meaning of Advertisement.  
விளம்பரத்தின் பொருளை விளக்குக.
2. State the various types of Advertising media.  
பல்வேறு வகையான விளம்பர சாதனங்களை குறிப்பிடுக.
3. What do you mean by Layout? Explain its function.  
விளம்பர இடப்பரப்புக்கை என்பது பற்றி நீவிர் அறிவது யாது? அதன் பணிகளை விளக்குக.
4. State the elements of Sales promotion.  
விற்பனை அபிவிருத்தியின் கூறுகளை குறிப்பிடுக.

5. Bring out the objectives of Sales Promotion techniques.

விற்பனை அபிவிருத்தி நுட்பத்தின் நோக்கங்களை எழுதுக.

PART B — (4 × 15 = 60 marks)

Answer any FOUR questions.

6. Discuss the role and responsibilities of Advertising in sales promotion.

விற்பனை அபிவிருத்தியில் விளம்பரத்தின் பங்கு மற்றும் பொறுப்புகள் குறித்து விவாதிக்க.

7. Describe the factors that influence the choice of advertising media.

விளம்பரச் சாதனங்களைத் தேர்ந்தெடுப்பதை நிர்ணயிக்கும் காரணிகளை விவரி.

8. Discuss the techniques used in Television message.

தொலைக்காட்சி தகவல் நுட்பத்தில் பயன்படுத்தப்படும் நுட்பங்கள் பற்றி விவரி.

9. Discuss the social effects of advertising.

விளம்பரத்தினால் ஏற்படும் சமுதாய தாக்கம் பற்றி எழுதுக.

10. Explain the causes for growth and role of sales promotion.

விற்பனை பெருக்கத்தின் வளர்ச்சி மற்றும் பங்கிற்கான காரணங்களை குறித்து எழுதுக.

11. Explain the methods of coordinating sales promotion and advertising.

விற்பனை பெருக்கம் மற்றும் விளம்பரப்படுத்துதலின் ஒருங்கிணைப்பு முறைகள் குறித்து விளக்குக.

12. Write short notes on :

- (a) consumer promotion
- (b) sales force
- (c) promotion copy.

சிறு குறிப்பு வரைக :

- (அ) நுகர்வோர் பெருக்கம்
  - (ஆ) விற்பனை பணியாளர்
  - (இ) அபிவிருத்தி நகல்.
-

UG-314

BBAM-33

B.B.A. DEGREE EXAMINATION —  
DECEMBER, 2019.

Third Year

Marketing Management

SERVICES MARKETING

Time : 3 hours

Maximum marks : 75

PART A — (3 × 5 = 15 marks)

Answer any THREE questions.

1. Explain the characteristics of service marketing.  
சந்தையியல் சேவைகளின் சிறப்பியல்புகள் பற்றி விளக்குக.
2. Explain about the segmentation of services marketing.  
சேவை சந்தையியலின் பாகுபடுத்துதல் பற்றி விளக்குக.
3. State the features of services marketing mix.  
சேவை சந்தையியல் கலவையின் தன்மைகளை குறிப்பிடுக.
4. Define service quality gap.  
சேவை தர இடைவெளி வரையறு.

5. Write the necessity of customer retention.

வாடிக்கையாளர்களை தக்க வைத்தலின் அவசியத்தை எழுதுக.

PART B — (4 × 15 = 60 marks)

Answer any FOUR questions.

6. Distinguish between services and goods.

சேவைகள் மற்றும் பண்டங்கள் வேறுபடுத்துக.

7. State the reasons for the growth of services in modern economy.

நவீன பொருளாதாரத்தில் சேவை வளர்ச்சியின் காரணங்கள் கூறுக?

8. Explain the bases of segmenting in service of marketing.

சேவை சந்தையியலில் எதன் அடிப்படையில் பாகுபடுத்தப்படுகிறது என்பது குறித்து விளக்குக.

9. Discuss the characteristics of specific services marketing mix.

குறிப்பிட்ட சேவை சந்தையியல் கலவையின் சிறப்பியல்புகள் பற்றி விளக்குக.



10. What are the techniques used for resolve the quality gaps? Discuss.

தர இடைவெளியை நிவர்த்தி செய்ய பயன்படும் நுட்பங்கள் யாவை? விவரி.

11. What is CRM? And explain its strategies.

வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மையியல் என்றால் என்ன? அதன் யுத்திகளை விவரிக்க.

12. Explain the concept of transaction (vs) relationship marketing.

ஒப்பந்த ஆவண அங்காடிக்கும், உறவுமுறை அங்காடிக்கும் உள்ள வேறுபாடுகள் யாவை?

UG-315

BBAM-34

B.B.A. DEGREE EXAMINATION –  
DECEMBER 2019.

Third Year

Marketing Management

RETAIL MARKETING

Time : 3 hours

Maximum marks : 75

PART A — (3 × 5 = 15 marks)

Answer any THREE questions.

1. Explain the characteristics of retailing.  
சில்லறை விற்பனையின் தன்மைகளைக் குறிப்பிடவும்.
2. Explain the different types of retail locations.  
சில்லறை இடங்களின் பல்வேறு இட அமைப்புகளை விளக்குக.
3. State the Importance of brand in retailing.  
சில்லறை வணிகத்தில் வணிகப் பெயரின் முக்கியத்துவத்தை விளக்கவும்.
4. List out the objectives in retail pricing.  
சில்லறை விலையின் நோக்கங்களை வரிசைப்படுத்துக.

5. What are the advantages of personal selling in retailing?

சில்லறை வணிகத்தில் நேரடி விற்பனையின் நன்மைகள் யாவை?

PART B — (4 × 15 = 60 marks)

Answer any FOUR questions.

6. Discuss the classifications of Retailers.

பல்வேறு சில்லறை வணிகர்கள் பற்றி விவாதிக்க.

7. What are factors to be considered while developing and managing the retail marketing mix?

சில்லறை சந்தையில் கலவையை உருவாக்குவதல் மற்றும் மேலாண்மை செய்யும் போதும் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டிய காரணிகள் யாவை?

8. Write the stages in the buying process in retail marketing.

சில்லறை வர்த்தகத்தில் வாங்கும் முறையில் உள்ள பல்வேறு நிலைகளை எழுதுக.

9. “Is merchandising management planning in retailing essential” – Comment.

“வணிக சரக்கு மேம்பாடு திட்டமிடுதல் சில்லறை விற்பனைக்கு தேவையானதா?” என்பதனை விவரிக்கவும்.

10. What are the pricing strategies that may be adopted by a retailer?

ஒரு விற்பனையாளரால் ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய விலை உத்திகள் என்ன?

11. Explain in brief the role of Relationship Marketing in Retailing.

சில்லறை வணிகத்தில் வாடிக்கையாளர் உறவு சந்தையியலின் பங்கு பற்றி சுருக்கமாக எழுதுக.

12. Critically evaluate the retailing scenario at Global and Indian context.

இந்தியாவிலும், உலகெங்கிலும் சில்லறை விற்பனையின் பார்வையினையும் அதன் வளர்ச்சியினையும் துல்லியமாக விளக்குக.

---

**UG-300**

**BBAM-35/  
BBA-35**

**B.B.A. DEGREE EXAMINATION —  
DECEMBER 2019.**

**Third Year**

**MARKETING RESEARCH**

**Time : 3 hours**

**Maximum marks : 75**

**PART A — (3 × 5 = 15 marks)**

**Answer any THREE questions.**

**All questions carry equal marks.**

1. **Explain the scope of marketing research.**  
சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சி நோக்கத்தை விளக்குக.
2. **Explain the uncontrollable factors which influence the validity of experiment.**  
பரிசோதனையின் செல்லுபடியை பாதிக்கும் மற்றும் கட்டுப்படுத்த முடியாத காரணிகளை விளக்குக.
3. **What do you mean by editing?**  
எடிட்டிங் என்றால் என்ன?

4. Describe the uses of test marketing.

சோதனை சந்தைப்படுத்தல் பயன்பாடுகளை விவரிக்க.

5. Write a note on copy testing.

நகல் சோதனை பற்றி குறிப்பு வரைக.

PART B — (4 × 15 = 60 marks)

Answer any FOUR questions.

All questions carry equal marks.

6. Explain the marketing research processing.

சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சி செயலாக்கத்தை விளக்குக.

7. Explain the various stages in research design in detail.

ஆராய்ச்சி வடிவமைப்பு பல்வேறு நிலைகளில் விளக்குக.

8. Explain the difference methods of Tabulation.

அட்டவணைப்படுத்துதலின் பல்வேறு முறைகளை விளக்குக.

9. Explain new product development process.

புதிய பொருள் வளர்ச்சி செயல்முறையை விளக்குக.

10. Write a note on

- (a) Media selection
- (b) Market segmentation
- (c) Marketing research

சிறுகுறிப்பு தருக.

- (அ) ஊடகத் தேர்வு
- (ஆ) சந்தை பகுப்பாய்வு
- (இ) சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சி

11. What do you mean by advertising research? What areas covered under the advertising research?

விளம்பர ஆராய்ச்சி என்றால் என்ன? விளம்பர ஆராய்ச்சியின் கீழ் என்னென்ன பகுதிகள் உள்ளன?

12. Explain simple statistical techniques in detail.

எளிய புள்ளிவிவர நுட்பங்களை விரிவாக விளக்குக.