UG-CN-1033	BBAMN-13

U.G. DEGREE EXAMINATION – DECEMBER 2023.

Marketing Management

Third Year

MANAGERIAL ECONOMICS

Time : 3 hours Maximum marks : 70

PART A — ($3 \times 3 = 9$ marks)

Answer any THREE questions out of Five questions in 100 words.

All questions carry equal marks.

1. What is demand?

   தேவை என்றால் என்ன?

2. Define supply.

   அளிப்பை/விநியோகத்தை வரையறுக்கவும்.

3. What do you mean by elasticity of demand?

   தேவையின் நெகிழ்ச்சி என்றால் என்ன?

4. What is Short run cost?

குறுகிய கால செலவு என்றால் என்ன?

5. What is dual pricing?

இரட்டை விலை நிர்ணயம் என்றால் என்ன?

PART B — (3 × 7 = 21 marks)

Answer any THREE questions out of Five questions in 200 words.

All questions carry equal marks.

6. What are the role and responsibility of managerial economist?

மேலாண்மை பொருளாதார நிபுணரின் பங்கு மற்றும் பொறுப்பு என்ன?

7. Discuss the Factors of production.

உற்பத்தி காரணிகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

8. What are the Supply determinants?

அளிப்பு/விநியோக நிர்ணயம் என்ன?

9. Explain Oligopoly market.

ஒலி கோபோலி சில்லோர முற்றுரிமை சந்தையை விளக்குங்கள்.

10. Brief out the concept of Break even analysis.

சமநிலைப் பகுப்பாய்வு கருத்தை சுருக்கமாக விளக்குக.

PART C — (4 × 10 = 40 marks)

Answer any FOUR questions out of Seven questions in 500 words.

All questions carry equal marks.

11. Explain micro, macro environment.

நுண்ணியல், பேரியல் சூழலை விளக்குக.

12. Elaborate the economies of scale.

அளவிலான பொருளாதாரங்களை விரிவுபடுத்தவும்.

13. Explain the law of supply.

அளிப்பு விதி விளக்குக.

14. Discuss in detail the methods of pricing.

விலை நிர்ணயம் செய்யும் முறைகளை விரிவாக விவாதிக்க.

15. What are market structure and its classifications?

சந்தை அமைப்பு என்றால் என்ன? மற்றும் அதன் வகைப்பாடுகள் யாவை?

16. Explain demand forecasting in detail.

தேவை முன்னறிவிப்பை விரிவாக விளக்குக.

17. Explain the functions of economics in today's business.

இன்றைய வணிகத்தில் பொருளாதாரத்தின் செயல்பாடுகளை விளக்குக.

———————

UG-CN-1039 **BBAMN-31**

U.G. DEGREE EXAMINATION –
DECEMBER 2023.

Marketing Management

Third Year

SALES AND DISTRIBUTION MANAGEMENT

Time : Three hours Maximum marks : 70

SECTION A — (3 × 3 = 9 marks)

Answer any THREE questions out of five questions in 100 words.

All questions carry equal marks.

1. What are the responsibilities of a sales manager in a company?

   ஒரு நிறுவனத்தில் விற்பனை மேலாளரின் பொறுப்புகள் யாவை?

2. State the significance of training for salespersons.

   விற்பனையாளர்களுக்கான பயிற்சியின் முக்கியத்துவத்தை கூறுக.

3. What is sales budget?

   விற்பனை வரவு செலவுத் திட்டம் என்றால் என்ன?

4. What are the key elements of distribution management?

விநியோக வழங்கல் மேலாண்மையின் முக்கிய கூறுகள் யாவை?

5. List out the functions of middlemen.

இடைத்தரகரின் செயல்பாடுகளை பட்டியலிடுக.

SECTION B — (3 × 7 = 21 marks)

Answer any THREE questions out of five questions in 200 words.

All questions carry equal marks.

6. Trace out the evolution of sales management.

விற்பனை மேலாண்மையின் பரிணாம வளர்ச்சியைக் கண்டறிக.

7. Explain the process of recruitment and selection of a sales force.

விற்பனைப் பணியாளர்களை நியமித்தல் மற்றும் தேர்ந்தெடுக்கும் செயல்முறையை விளக்குக.

8. What are the strategies to motivate the sales force?

விற்பனைப் படையினரைத் தூண்டுவதற்கான உத்திகள் யாவை?

9. Analyze the significance of selecting appropriate channel members in a distribution network.

ஒரு விநியோக வலையமைப்பில் பொருத்தமான சேனல் உறுப்பினர்களைத் தேர்ந்தெடுப்பதன் முக்கியத்துவத்தை பகுப்பாய்வு செய்க.

10. Explain the role and importance of marketing intermediaries.

சந்தைப்படுத்தலில் இடைத்தரகர்களின் பங்கு மற்றும் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக.

SECTION C — (4 × 10 = 40 marks)

Answer any FOUR questions out of Seven questions in 500 words.

All questions carry equal marks.

11. What are the key functions of a sales manager, and how do these functions contribute to the success of a sales team and the organization as a whole?

ஒரு விற்பனை மேலாளரின் முக்கிய செயல்பாடுகள் யாவை? மேலும், அந்த செயல்பாடுகள் ஒரு விற்பனை குழு மற்றும் ஒட்டுமொத்தமாக நிறுவனத்தின் வெற்றிக்கு எவ்வாறு பங்களிக்கின்றன?

12. Discuss the functions and design of sales force management.

விற்பனைப் படை மேலாண்மையின் செயல்பாடுகள் மற்றும் வடிவமைப்பு பற்றி விவாதிக்க.

13. Explain the concept of sales budget and sales quota. How can a well-structured sales budget and quota system contribute to the performance of the sales force?

விற்பனை வரவு செலவுத் திட்டம் மற்றும் விற்பனை ஒதுக்கீடு என்ற கருத்தை விளக்குக. நன்கு கட்டமைக்கப்பட்ட விற்பனை வரவு செலவுத் திட்டமும், ஒதுக்கீட்டு முறையும் விற்பனைப் பணியாளர்களின் செயல்திறனுக்கு எவ்வாறு பங்களிக்க முடியும்?

14. Define the concept of a distribution channel and its importance in the marketing process.

விநியோக சேனல் என்ற கருத்தை வரையறுத்து, சந்தைப்படுத்தலில் செயல்பாட்டில் அதன் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக.

15. Describe the different types of wholesalers and retailers in the distribution channel.

விநியோக சேனலில் மொத்த விற்பனையாளர்கள் மற்றும் சில்லறை விற்பனையாளர்களின் பல்வேறு வகைகளை விவரிக்க.

16. Discuss the methods of training that can be effectively used to improve the skills of salespersons.

விற்பனையாளர்களின் திறன்களை மேம்படுத்த பயனுள்ள பயிற்சி முறைகள் பற்றி விவாதிக்க.

17. Explain the different types of intermediaries, including brokers, commission agents, and sole selling agents.

தரகர்கள், கமிஷன் முகவர்கள் மற்றும் தனிப்பட்ட விற்பனை முகவர்கள் உள்ளிட்ட பல்வேறு வகையான இடைத்தரகர்களை விளக்குக.

———————

UG–CN–1040 BBAMN–32

U.G. DEGREE EXAMINATION — DECEMBER 2023

Third Year

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS

Time : 3 hours Maximum marks : 70

PART A — (3 × 3 = 9 marks)

Answer any THREE questions.

1. What is Integrated Marketing Communication?

   ஒருங்கிணைந்த சந்தைப்படுத்தல் தொடர்பு என்றால் என்ன?

2. Write short note on web advertising.

   இணைய விளம்பரம் பற்றிய சிறு குறிப்பு எழுதுக.

3. Define advertisement copy.

   விளம்பர நகலை வரையறுக்க.

4. What is media scheduling?

   ஊடக திட்டமிடல் என்றால் என்ன?

5. What are the objectives of sales promotion?

   விற்பனை ஊக்குவிப்பு நோக்கங்கள் என்ன?

PART B — $(3 \times 7 = 21$ marks)

Answer any THREE questions.

6. List out the role of IMC.

   IMC இன் பங்கை பட்டியலிடுக.

7. What are the role of an advertising agency?

   ஒரு விளம்பர முகமையின் பங்குகள் யாவை?

8. Write the different types of advertisement copy.

   பல்வேறு வகையான விளம்பர நகல்களை எழுதுக.

9. Narrate the importance of headlines in advertisement.

   விளம்பரத்தில் தலைப்புச் செய்திகளின் முக்கியத்துவத்தை எடுத்துரைக்க.

10. Explain the merits and demerits of advertisements.

    விளம்பரங்களின் நன்மை தீமைகளைப் பற்றி விளக்குக.

PART C — $(4 \times 10 = 40$ marks)

Answer any FOUR questions.

11. What are the IMC tools? Explain them.

    ஒருங்கிணைந்த சந்தைப்படுத்துதல் (IMC) கருவிகள் யாவை? அவற்றை விவரிக்க.

12. Explain the classification of 'Advertising' with supporting examples.

    'விளம்பரத்தின்' வகைப்பாட்டையும் அதன் சார்ந்த உதாரணத்தையும் விளக்குக.

13. What are the factors to be taken care of while designing an Advertisement Copy?

விளம்பர நகலை வடிவமைக்கும் போது கவனிக்க வேண்டிய காரணிகள் யாவை?

14. What are the different types of media? List out the merits and demerits.

பல்வேறு வகையான ஊடகங்கள் யாவை? அவற்றின் நன்மை தீமைகளை பட்டியலிடுக.

15. Explain the various methods of sales promotion of FMCG products with suitable examples.

FMCG பொருள்களின் விற்பனையை மேம்படுத்துவதற்கான பல்வேறு முறைகளை பொருத்தமான எடுத்துக்காட்டுகளுடன் விளக்குக.

16. Explain in detail the social and economic aspects of advertising.

விளம்பரத்தின் சமூக மற்றும் பொருளாதார அம்சங்களை விரிவாக விளக்குக.

17. Discuss recent trends in online marketing.

இணையவழி சந்தைப்படுத்துதலின் சமீபத்திய போக்குகளைப் பற்றி விவாதிக்க.

UG-CN-1042 **BBAMN–34**

U.G. DEGREE EXAMINATION –
DECEMBER, 2023.

Marketing Management

Third Year

RETAIL MARKETING

Time : 3 hours Maximum marks : 70

PART A — (3 × 3 = 9 marks)

Answer any THREE questions.

1. What are the characteristics of retailers?
சில்லறை விற்பனையாளர்களின் பண்புகள் யாவை?

2. What is retail marketing?
சில்லறை விற்பனை என்றால் என்ன?

3. Define Merchandising.
வர்த்தகத்தை வரையறு.

4. What is retail pricing?
சில்லறை விலை நிர்ணயம் என்றால் என்ன?

5. What is a retail promotion strategy?
சில்லறை விளம்பர உத்தி என்றால் என்ன?

PART B — ($3 \times 7 = 21$ marks)

Answer any THREE questions.

6. Explain the functions performed by retailers.

சில்லறை விற்பனையாளர்கள் செய்யும் செயல்பாடுகளை விளக்குங்கள்.

7. Write a short note on any two types of retail location theories.

சில்லறை விற்பனை இருப்பிடக் கோட்பாடுகளில் ஏதேனும் இரண்டு வகையான சிறு குறிப்பை எழுதவும்.

8. What are the benefits of merchandising?

வணிகமயமாக்கலின் நன்மைகள் என்ன?

9. Write down the objectives of retail pricing.

சில்லறை விலை நிர்ணயத்தின் நோக்கங்களை எழுதுங்கள்.

10. What are the characteristics of a sales supervisor?

விற்பனை மேற்பார்வையாளரின் பண்புகள் என்ன?

PART C — ($4 \times 10 = 40$ marks)

Answer any FOUR questions.

11. Explain the types of retailers.

சில்லறை விற்பனையாளர்களின் வகைகளை விளக்குக.

12. Examine various types of retail locations.

பல்வேறு வகையான சில்லறை விற்பனை இடங்களை ஆய்வு செய்க.

13. How does the brand of the product influence the retail marketing? Explain.

பொருளின் அடையாள குறியீடு சில்லறை விற்பனையை எவ்வாறு பாதிக்கிறது? விளக்க.

14. What are the different types of retail pricing models? Explain.

பல்வேறு வகையான சில்லறை விலை மாதிரிகள் யாவை? விளக்குக.

15. List out the retail promotion strategies.

சில்லறை விளம்பர உத்திகளை பட்டியலிடுங்கள்.

16. How can retailers influence social media and digital marketing for promotion? Explain.

விளம்பரத்திற்காக சில்லறை விற்பனையாளர்கள் சமூக ஊடகங்கள் மற்றும் டிஜிட்டல் மார்க்கெட்டிங் ஆகியவற்றை எவ்வாறு பாதிக்கலாம்? விளக்குக.

17. Explain the responsibilities of Store Managers in retailing.

சில்லறை விற்பனையில் கிடங்கு மேலாளர்களின் பொறுப்புகளை விளக்கவும்.

———————

UG-CN-1043	BBAMN–35

U.G. DEGREE EXAMINATION – DECEMBER, 2023.

Marketing Management

Third Year

MARKETING RESEARCH

Time : 3 hours   Maximum marks : 70

PART A — (3 × 3 = 9 marks)

Answer any THREE questions.

1. List out three important aspects of marketing research.

   சந்தை ஆராய்ச்சியின் மூன்று முக்கிய அம்சங்களை பட்டியலிடுங்கள்.

2. Define the research design.

   ஆராய்ச்சி வடிவமைப்பை வரையறு.

3. What is report writing?

   அறிக்கை எழுதுவது என்றால் என்ன?

4. Write any two reasons for product failure.

ஒரு பொருள் தோல்விக்கு (தயாரிப்பு) ஏதேனும் இரண்டு காரணங்களை எழுதவும்.

5. What is pre-testing?

முன் சோதனை என்றால் என்ன?

PART B — ($3 \times 7 = 21$ marks)

Answer any THREE questions.

6. What is a marketing information system (MIS)? Discuss its components.

சந்தைப்படுத்தல் தகவல் அமைப்பு (MIS) என்றால் என்ன? அதன் கூறுகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

7. Discuss the advantages and disadvantages of a personal interview.

தனிப்பட்ட நேர்காணலின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள் பற்றி விவாதிக்கவும்.

8. Explain the purpose of coding.

குறியீட்டின் நோக்கத்தை விளக்குங்கள்.

9. Discuss the scope of product research.

பொருள் ஆராய்ச்சியின் நோக்கத்தைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

10. Explain the importance of media selection in advertising.

விளம்பரத்தில் ஊடகத் தேர்வின் முக்கியத்துவத்தை விளக்கவும்.

PART C — (4 × 10 = 40 marks)

Answer any FOUR questions.

11. Define marketing research and explain its objectives.

சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சியை வரையறுத்து அதன் நோக்கங்களை விளக்கவும்.

12. Explain the differences between qualitative and quantitative research.

தரமான மற்றும் அளவு ஆராய்ச்சிக்கு இடையே உள்ள வேறுபாடுகளை விளக்குங்கள்.

13. Explain the steps in the interpretation of data.

தரவு விளக்கத்தின் படிகளை விளக்குங்கள்.

14. Explain the stages of new product development.

புதிய பொருள் வளர்ச்சியின் நிலைகளை விளக்குங்கள்.

15. Describe the types of copy testing in advertising.

விளம்பரத்தில் நகல் சோதனையின் வகைகளை விவரிக்கவும்.

16. Write a short note on :

(a) product research;

(b) advertising research;

(c) media selection; and

(d) questionnaire.

சிறு குறிப்பு தருக :

(அ) பொருள் ஆராய்ச்சி;

(ஆ) விளம்பர ஆராய்ச்சி;

(இ) ஊடக தேர்வு; மற்றும்

(ஈ) கேள்வித்தாள்

17. Discuss in detail various methods of probability and nonprobability sampling.

நிகழ்தகவு மற்றும் நிகழ்தகவு இல்லாத மாதிரியின் பல்வேறு முறைகள் பற்றி விரிவாக விவாதிக்கவும்.