

UG-424

BBAM-31

B.B.A. DEGREE EXAMINATION —
DECEMBER 2018.

Third Year

SALES AND DISTRIBUTION MANAGEMENT

Time : 3 hours

Maximum marks : 75

PART A — (3 × 5 = 15 marks)

Answer any THREE questions.

1. State the role of Sales Managers.
விற்பனை மேலாளர்களின் முக்கிய பணிகளை குறிப்பிடுக.
2. Explain the selection process of Sales force.
விற்பனை பணியாளர்கள் தேர்வு செயல்முறையை விளக்குக.
3. Write short note on compensation.
ஊதியமளித்தல் பற்றிய சுருக்கமான குறிப்பு வரைக.
4. Describe about the elements of Distribution Management.
விநியோக மேலாண்மை கூறுகள் பற்றி விவரிக்கவும்.

5. Differentiate between Wholesaler and Retailer.

மொத்த விற்பனையாளர் மற்றும் சில்லறை விற்பனையாளர்களிடையே உள்ள வேறுபாடுகளை விளக்குக.

PART B — (4 × 15 = 60 marks)

Answer any FOUR questions.

6. Write the duties, responsibilities and functions of a sales manager.

விற்பனை மேலாளரின் கடமைகள், பொறுப்புகள் மற்றும் செயல்பாடுகளை எழுதுக.

7. Explain the various methods of Training.

பயிற்சியளிப்பில் உள்ள பல்வேறு முறைகளைப் பற்றி விளக்குக.

8. Write short notes on :

(a) Sales Budget

(b) Sales Quota

(c) Sales Territory.

கீழ்க்கண்டவைகளை விவரி :

(அ) விற்பனை வரவு செலவு திட்டம்

(ஆ) விற்பனை ஒதுக்கீடு

(இ) விற்பனை பிரதேசம்.

9. Explain the procedure for selecting the channel members.

விற்பனை உறுப்பினர்களை தேர்ந்தெடுப்பதற்கான செயல்முறைகளை விளக்குக.

10. Explain in detail about the intermediaries.

இடைத்தரகர்கள் பற்றி விரிவாக விளக்குக.

11. How will you evaluate the sales force? Explain in detail.

விற்பனை பணியாளர் விற்பனையை எவ்வாறு மதிப்பீடு செய்வாய்? விரிவாக விளக்குக.

12. Explain the various methods of Performance Appraisal.

பல்வேறு செயல்திறன் மதிப்பீடுகள் முறைகள் பற்றி விவரிக்கவும்.

UG-425

BBAM-32

**B.B.A. DEGREE EXAMINATION –
DECEMBER, 2018.**

Third Year

ADVERTISING AND SALES PROMOTION

Time : 3 hours

Maximum marks : 75

PART A — (3 × 5 = 15 marks)

Answer any THREE questions.

1. **What is advertising?**
விளம்பரம் என்றால் என்ன?
2. **What do you mean by media?**
ஊடகங்கள் என்றால் என்ன?
3. **What are the features of advertising message?**
விளம்பர தகவல்களின் தன்மைகள் யாவை?
4. **What are the positive effects of sales promotion?**
விற்பனை உயர்வுகளின் நேர்மறையான விளைவுகள் யாவை?

5. Give few examples of offers and discounts.

சலுகைகள் மற்றும் தள்ளுபடிகளில் சில உதாரணங்களை எழுதுக.

PART B — (4 × 15 = 60 marks)

Answer any FOUR questions.

6. Explain the role of advertising in sales promotion.

விற்பனை பெருக்கத்தில் விளம்பரத்தின் பங்கு பற்றி விளக்குக.

7. Distinguish between salesmanship and advertisement.

விற்பனையாளர் மற்றும் விளம்பரத்தில் உள்ள வேறுபாடுகள் யாவை?

8. Explain the different classification of advertising message.

விளம்பர தகவல்களின் பல்வேறு வகைகள் பற்றி விளக்குக.

9. Explain the qualities of good salesmanship.

விற்பனையாளரின் பண்புகளை விவரிக்க.

10. Enumerate the types of advertising.

விளம்பர வகைகளை விளக்குங்கள்.

11. Explain the various techniques used for sales promotion.

விற்பனை ஊக்குவிப்புக்கு பயன்படுத்தப்படும் நுட்பங்களை விளக்குங்கள்.

12. Briefly discuss the process of selecting salesman.

விற்பனையாளரை தேர்ந்தெடுப்பதற்கான செயல்முறையை விளக்குங்கள்.

UG-426

BBAM-33

B.B.A. DEGREE EXAMINATION —
DECEMBER 2018.

Third Year

SERVICES MARKETING

Time : 3 hours

Maximum marks : 75

PART A — (3 × 5 = 15 marks)

Answer any THREE questions.

1. Define service.
சேவை வரையறுக்க.
2. What is series market segmentation?
சேவை மார்க்கெட்டிங்கின் பிரிவு குறித்து எழுதுக.
3. What is marketing mix?
சேவை மார்க்கெட்டிங் கலவை என்றால் என்ன?
4. Give the meaning of product development.
தயாரிப்பு வளர்ச்சி பொருள் என்ன?

5. Define customer retention.

வாடிக்கையாளர்களை தக்க வைத்தல் குறித்து எழுதுக.

PART B — (4 × 15 = 60 marks)

Answer any FOUR questions.

6. Explain the characteristics of services.

சேவைகளின் பண்புகளை விளக்குங்கள்.

7. What are different elements of service marketing mix?

சேவை சந்தைப்படுத்தலின் பல்வேறு கூறுகளை விளக்குக.

8. What is promotion? Explain its objectives.

மேம்பாட்டு சேவை சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் அதன் நோக்கங்களை விளக்குக.

9. Explain GAP model of service quality.

சேவை தரத்தின் GAP மாதிரியை விளக்குங்கள்.

10. Bring out the special features of relationship marketing.

உறவு சந்தைப்படுத்தலில் உள்ள அம்சங்களை விளக்குங்கள்.

11. Discuss the major issues and challenges of service marketing in India.

இந்தியாவில் சேவை மார்க்கெட்டின் பெரும் சிக்கல்களையும் சவால்களையும் விளக்குங்கள்.

12. Describe the importance of CRM.

வாடிக்கையாளர் உறவு சந்தைப்படுத்தல் முக்கியத்துவத்தை விளக்குங்கள்.

UG-427

BBAM-34

**B.B.A. DEGREE EXAMINATION –
DECEMBER, 2018.**

Third Year

RETAIL MARKETING

Time : 3 hours

Maximum marks : 75

SECTION A — (3 × 5 = 15 marks)

Answer any THREE questions.

1. **Define Retailing.**
சில்லறை வணிகத்திற்கு இலக்கணம் வரைக.
2. **What do you mean by retail marketing?**
சில்லறை வணிக வியாபாரம் என்றால் என்ன?
3. **State the meaning of retail pricing.**
சில்லறை விலையின் பொருள் கூறுக.
4. **State the objectives of promotion.**
அபிவிருத்தின் நோக்கங்களை கூறுக.

5. What do you mean by management planning in retailing?

சில்லறை விற்பனையில் நிர்வாக திட்டமிடுதல் என்றால் என்ன?

SECTION B — (4 × 15 = 60 marks)

Answer any FOUR questions.

6. Explain the characteristics of retailing.
சில்லறை விற்பனையின் பண்புகளை விளக்குக.
7. Discuss the various location theories.
பல்வேறு இடம் கோட்பாடுகளை விவாதி.
8. Enumerate the factors influencing on retail pricing.
சில்லறை விலையை தீர்மானிக்கும் காரணிகளை விளக்குக.
9. Discuss the consumer behavior in the retail context.
சில்லறை சூழலில் நுகர்வோர் நடத்தையை விவாதி.
10. Explain the different types of advertising methods.
விளம்பர முறைகளின் வகைகளை விளக்குக.

11. Explain the importance of personal selling

நேரடி விற்பனையின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக.

12. Distinguish between advertising and personal selling in retail.

சில்லறை விற்பனையில் விளம்பரத்திற்கும் நேரடி விற்பனைக்கும் இடையே உள்ள வேறுபாடுகள் விளக்கு.

UG-428

BBAM-35

B.B.A. DEGREE EXAMINATION –
DECEMBER, 2018.

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. What do you mean by marketing research? State its scope.

சந்தையியல் ஆய்வு என்பதற்கு நீ உணரும் பொருள் யாது? அதன் நோக்கங்களை கூறுக.

2. What are the merits and demerits of sampling?

மாதிரி எடுத்தலின் நன்மை மற்றும் தீமைகள் யாவை?

3. What is editing data? State its main objectives.

தகவலின் தொகுப்பு என்றால் என்ன? அதன் நோக்கங்களை கூறுக.

4. What do you mean by research product?

பொருள் ஆய்வு என்பதற்கு நீ அறியும் பொருள் யாது?

5. Describe pre testing method of advertising research.

விளம்பரம் செய்தல் ஆய்வின் பல்வேறு முந்தைய சோதனைகளை விவரி.

PART B — (4 × 15 = 60 marks)

Answer any FOUR questions.

All questions carry equal marks.

6. Explain the need and importance of marketing research.

சந்தையியல் ஆய்வின் தேவை மற்றும் முக்கியத்துவத்தை விவரி.

7. Discuss the various sources of data in marketing research.

சந்தையியல் ஆய்வின் பல்வேறு தகவல் ஆதாரங்களை விவாதிக்க.

8. What are the various sampling techniques?

பல்வேறு மாதிரி நுட்பங்கள் யாவை?

9. Describe the various process of interview.

நேர்காணலின் பல்வேறு நடைமுறைகளை விவரி.

10. What are the factors to be considered while carrying out product research?

பொருள் ஆய்வினை மேற்கொள்ளும் பொழுது என்ன காரணிகள் கருத்தில் கொள்ளப்பட வேண்டும்?

11. Describe the format for a marketing research report.

சந்தையியல் ஆய்வு அறிக்கை ஒன்றின் வடிவமைப்பை சுருக்கமாக விவரி.

12. What is outdoor advertising? State its merits and demerits.

புற விளம்பரம் என்றால் என்ன? அதன் நன்மை மற்றும் தீமைகளை விவரி.
