

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Explain the importance of marketing in developing countries.

வளரும் நாடுகளில் சந்தைப்படுத்தலின் முக்கியத்துவத்தை விவாதி.

17. Explain the various factors influencing Buyer behaviour.

வாங்குபவரின் நடத்தையினை தீர்மானிக்கும் காரணிகளை விவரி.

18. Discuss the various product mix decision with suitable examples.

பல்வேறு பொருள் கலவை தீர்மானங்களைப் பற்றி உதாரணங்களுடன் விவாதி.

19. Explain the factors influencing pricing decisions.

விலையிடல் தீர்மானித்தலை நிர்ணயிக்கும் காரணிகளை விவரி.

20. Discuss the functions of advertising in detail.

விளம்பரத்தின் பணிகளைப் பற்றிய விரிவான தகவல்களை விவாதி.

NOVEMBER/DECEMBER 2019

BBA51 — MARKETING MANAGEMENT

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer ALL questions.

1. Define Marketing.

சந்தைப்படுத்தல் வரையறு.

2. What are the elements of Marketing?

சந்தைப்படுத்தலின் கூறுகள் என்ன?

3. What is Psychographic Segmentation?

உளவியல் சந்தை பிரித்தல் என்றால் என்ன?

4. What do you understand by marketing strategy?

சந்தைப்படுத்தல் உத்தி என்பது பற்றி நீ அறிந்து கொண்டது என்ன?

5. Define Branding.

நிறுவன அடையாளம் வரையறு.

6. What is Product Mix?

பொருள் கலவை என்றால் என்ன?





7. What is meant by multi product pricing?  
பல தயாரிப்பு விலையிடல் என்பதன் பொருள் என்ன?

8. What is Geographical Pricing?  
புவியியல் விலையிடல் என்றால் என்ன?

9. What is media planning?  
ஊடக திட்டமிடல் என்றால் என்ன?

10. Define Personal Selling.  
தனிப்பட்ட விற்பனை வரையறு.

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

Answer ALL questions.

11. (a) What is the difference between selling and marketing?

சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் விற்பனைக்கும் உள்ள வேறுபாடுகள் என்ன?

Or

(b) Discuss the functions of marketing management.

சந்தைப்படுத்தல் மேலாண்மையின் பணிகளைப் பற்றி விவாதி.

12. (a) Highlight the elements of marketing strategy.

சந்தைப்படுத்தல் உத்தியின் கூறுகளை முன்னிலைப்படுத்துக.

Or

2

1279

(b) List the requisites for effective segmentation.

பயனுள்ள சந்தைப்படுத்தலின் இன்றியமையாமையை வரிசைப்படுத்துக.

13. (a) Highlight the objectives of Product Life Cycle.

பொருள் வாழ்க்கை சுழற்சியின் நோக்கங்களை முன்னிலைப்படுத்துக.

Or

(b) What are the methods of sales forecasting?

விற்பனை முன்கணித்தலின் முறைகள் யாவை?

(a) Highlight the pricing objectives.

விலையிடலின் நோக்கங்களை முன்னிலைப்படுத்துக.

Or

What are the factors that determine the channel selection?

வழங்கல் வழியினை தேர்வு செய்தலில் உள்ள காரணிகள் யாவை?

15. (a) State the functions of personal selling.

தனிப்பட்ட விற்பனையின் பணிகளை கூறுக.

Or

(b) On what basis the advertisements can be classified? Discuss in detail.

விளம்பரம் எந்த அடிப்படையில் வகைப்படுத்தப்படுகிறது. விரிவாக விவாதி.

3

1279