UG-CN-1031 BBAMN-11

U.G. DEGREE EXAMINATION – FEBRUARY 2025.

Marketing Management

First Year

PRINCIPLES OF MANAGEMENT

Time : 3 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 is Scientific Management?

   அறிவியல் மேலாண்மை என்றால் என்ன?

2. What are the objectives of planning?

   திட்டமிடலின் நோக்கங்கள் என்ன?

3. Define Organization structure.

   அமைப்பின் கட்டமைப்பை வரையறுக்கவும்.

4. What are the functions of HRM?

மனிதவள மேலாண்மையின் செயல்பாடுகள் என்ன?

5. What are the characteristics of control?

கட்டுப்பாட்டின் பண்புகள் என்ன?

SECTION B — (3 × 7 = 21 marks)

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

All questions carry equal marks.

6. Distinguish between Management and Administration.

மேலாண்மை மற்றும் நிர்வாகத்தை வேறுபடுத்துக.

7. What is planning? Discuss the steps involved in planning.

திட்டமிடல் மற்றும் திட்டமிடலில் உள்ள படிகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

8. Elucidate any four types of organization.

ஏதேனும் நான்கு வகையான அமைப்புகளை தெளிவுபடுத்தவும்.

9. What are the sources of recruitment?

ஆட்சேர்ப்புக்கான ஆதாரங்கள் என்ன?

10. What are the requirements for effective control system?

பயனுள்ள கட்டுப்பாட்டு அமைப்புக்கான தேவைகள் என்ன?

SECTION C — (4 × 10 = 40 marks)

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

All questions carry equal marks.

11. Discuss Henry Fayol's principles of management.

ஹென்றிஃபயோலின் நிர்வாகக் கொள்கைகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

12. Define MBO and explain the various steps involved in it.

MBO ஐவரையறுத்து அதில் உள்ள பல்வேறு படிகளை விளக்குங்கள்.

13. Compare formal and informal organization.

முறையான மற்றும் முறைசாரா அமைப்பை ஒப்பிடுக.

14. Distinguish between training and development in detail.

பயிற்சி மற்றும் வளர்ச்சியை விரிவாக வேறுபடுத்துங்கள்.

15. Explain different Budgetary and non-budgetary control techniques.

வெவ்வேறு பட்ஜெட் மற்றும் பட்ஜெட் அல்லாத கட்டுப்பாட்டு நுட்பங்களை விளக்குங்கள்.

16. What are the essential qualities of a good leader?

ஒரு நல்ல தலைவனின் அத்தியாவசிய குணங்கள் யாவை?

17. Mention the various factors involved in using motivational techniques.

ஊக்கமளிக்கும் நுட்பங்களைப் பயன்படுத்துவதில் உள்ள பல்வேறு காரணிகளைக் குறிப்பிடவும்.

———————

UG-CN-1032 BBAMN–12

U.G. DEGREE EXAMINATION – FEBRUARY 2025.

Marketing Management

First Year

FINANCIAL AND ACCOUNTING MANAGEMENT

Time : 3 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. State the functions and objectives of financial accounting.

   நிதி கணக்கியலின் செயல்பாடுகள் மற்றும் நோக்கங்களை குறிப்பிடுக.

2. What is trial balance? Give the uses.

   இருப்பாய்வு என்றால் என்ன? அதன் பயன்களை தருக.

3. Explain the objectives of financial analysis.

நிதி பகுப்பாய்வின் நோக்கங்களை விவரி.

4. Briefly explain the limitations of cash flow statement.

பணப்புழக்க அறிக்கையின் குறைபாடுகளை சுருக்கமாக விளக்குக.

5. What are the advantages and disadvantages of budgetary control?

வரவு செலவுத் திட்டக் கட்டுப்பாட்டின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள் யாவை?

SECTION B — (3 × 7 = 21 marks)

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

All questions carry equal marks.

6. Distinguish between Journal and Ledger.

குறிப்பேடு மற்றும் பேரேடு வேறுபடுத்துக.

7. Write short notes on :

(a) Accounting equation

(b) Golden rules of accounting.

சிறு குறிப்பு வரைக.

(அ) கணக்கியல் சமன்பாடு

(ஆ) கணக்குப்பதிவியலின் பொன்னான விதிகள்.

8. Quick Ratio 1.5, Current assets ₹ 2,00,000, Current liabilities ₹ 80,000. Calculate the value of stock.

விரைவு விகிதம் 1.5, தற்போதைய சொத்துக்கள் ₹ 2,00,000, தற்போதைய பொறுப்புகள் ₹ 80,000, பங்கு மதிப்பை கணக்கிடுக.

9. Explain the significance and limitations of cash flow statement.

பணப்புழக்க அறிக்கையின் முக்கியத்துவம் மற்றும் குறைபாடுகளை விவரி.

10. What is Budget? Give its advantages.

வரவு செலவு பட்டியல் என்றால் என்ன? அதன் நன்மைகளை குறிப்பிடுக.

SECTION C — ($4 \times 10 = 40$ marks)

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

All questions carry equal marks.

11. What is accounting? Explain the types of accounts.

கணக்கியல் என்றால் என்ன? கணக்குகளின் பல்வேறு வகைகளை விவரி.

12. From the following balances, prepare balance sheet.

Capital ₹ 2,20,000; Closing stock ₹ 62,500; Goodwill ₹ 27,000; Plant and Machinery ₹ 95,000; Bills payable ₹ 24,250; Bank overdraft ₹ 40,000; Prepaid insurance ₹ 1,000; Outstanding salaries ₹ 2,000; Bills receivable ₹ 33,500; Furniture ₹ 28,000; Drawings ₹ 24,000; Cash in hand ₹ 38,000; Creditors ₹ 36,000; Debtors ₹ 49,000; Net profit ₹ 36,250.

கீழ்க்கண்ட இருப்புகளை பயன்படுத்தி இருப்பு நிலைக் குறிப்பேடு தயார் செய்க.

மூலதனம் ₹ 2,20,000; இறுதிக் கையிருப்பு ₹ 62,500; நல்லெண்ண மதிப்பு ₹ 27,000; ஆலை மற்றும் இயந்திரங்கள் ₹ 95,000; செலுத்த வேண்டியது ₹ 24,250; வங்கி மேல் வரை பற்று ₹ 40,000; முன்கூட்டி செலுத்தப்பட்ட காப்பீடு ₹ 1,000; நிலுவையில் உள்ள சம்பளம் ₹ 2,000; பில்கள் பெறத்தக்கவை ₹ 33,500; அறைகலன் ₹ 28,000; எடுப்புக் கணக்கு ₹ 24,000; கைவச ரொக்கம் ₹ 38,000; கடனீந்தோர் ₹ 36,000; கடனாளிகள் ₹ 49,000; நிகர லாபம் ₹ 36,250.

13. What do you mean by the term 'Ratio Analysis'? Explain the advantages and limitations of Ratio Analysis.

விகித பகுப்பாய்வு பற்றி நீவிர் அறிவது யாது? இதன் நன்மைகள் மற்றும் குறைபாடுகளை விவரி.

14. What is fund flow statement? Explain its features.

நிதி ஓட்ட அறிக்கை என்றால் என்ன? இதன் சிறப்பம்சங்களை விவரி.

15. Describe the classification and preparation of budget.

வரவு செலவு திட்டத்தின் வகைப்பாடு மற்றும் தயாரித்தலை விளக்குக.

16. Calculate the debt-equity ratio from the following data :

(a) Total assets = ₹ 1,25,000

(b) Total debt = ₹ 75,000

(c) Current liabilities = ₹ 25,000

கீழ்க்கண்ட தரவுகளைக் கொண்டு கடன் – பங்கு விகிதத்தினை கணக்கிடுக.

(அ) மொத்த சொத்துக்கள் = ₹ 1,25,000

(ஆ) மொத்த கடன் = ₹ 75,000

(இ) தற்போதைய பொறுப்புகள் = ₹ 25,000

17. Explain the following :

(a) Assets and liabilities

(b) Gross profit and net profit.

கீழ்க்கண்டவற்றை விவரி :

(அ) சொத்துக்கள் மற்றும் பொறுப்புகள்

(ஆ) மொத்த இலாபம் மற்றும் நிகரலாபம்.

———————

UG-CN-1033 BBAMN–13

U.G. DEGREE EXAMINATION – FEBRUARY 2025.

Marketing Management

First Year

MANAGERIAL ECONOMICS

Time : 3 hours Maximum marks : 70

PART A — (3 × 3 = 9 marks)

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

All questions carry equal marks.

1. What is the Scope of Managerial Economics?
   மேலாண்மைப் பொருளியல் நோக்கம் என்ன?

2. What is Economics of Scale?
   பொருளாதாரச் சிக்கனங்கள் என்றால் என்ன?

3. What is Law of Supply?
   அளிப்பு விதி என்றால் என்ன?

4. Define the terms of Monopoly, Duopoly and Oligopoly.

கருத்துகளை வரையறுக்கவும். முற்றுரிமை, இருவர் முற்றுரிமை மற்றும் சிலர் முற்றுரிமை.

5. Define the concept of Price Discrimination.

விலை பாகுபாடு என்ற கருத்தை வரையறுக்கவும்.

PART B — ($3 \times 7 = 21$ marks)

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

All questions carry equal marks.

6. Explain the Relationship between Micro, Macro and Managerial Economics.

நுண்ணியல் பொருளாதாரம், பேரியல் பொருளாதாரம் மற்றும் மேலாண்மைப் பொருளியல் இடையே உள்ள உறவை விளக்குக.

7. Explain the concept of Law of Diminishing Returns.

குறைந்து செல் விளைவு விதி விளக்குக.

8. What are the factors governing Elasticity of supply?

அளிப்பு நெகிழ்ச்சித் தன்மையைக் கட்டுப்படுத்தும் காரணிகள் யாவை?

9. Explain about the Characteristics of Monopoly.
முற்றுரிமை சிறப்பியல்புகளைப் பற்றி விளக்கவும்.

10. Explain the different Types of Pricing.
விலை நிர்ணயத்தின் வெவ்வேறு வகைகளை விளக்குங்கள்.

PART C — ($4 \times 10 = 40$ marks)

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

All questions carry equal marks.

11. Explain the Concept of Law of Demand and its assumptions.
தேவை விதி மற்றும் அதன் அனுமானங்களையும் விளக்கவும்.

12. Classify the Factors of Production.
உற்பத்தி காரணிகளை வகைப்படுத்தவும்.

13. State and explain the Elasticity of Supply.
அளிப்பு நெகிழ்ச்சித் தன்மையைக் கூறி விளக்கவும்.

14. Explain the Pricing under Monopoly, Monopolistic and oligopoly markets.
முற்றுரிமை, முற்றுரிமைப் போட்டி மற்றும் சிலர் முற்றுரிமை சந்தைகளின் கீழ் விலை நிர்ணயம் என்பதை விளக்குங்கள்.

15. How pricing made in different stages of life cycle of a product?

ஒரு பொருளின் வாழ்க்கைச் சுழற்சியின் வெவ்வேறு நிலைகளில் எவ்வாறு விலை நிர்ணயம் செய்யப்படுகிறது?

16. Explain the importance of Managerial Economics in Business Practices.

மேலாண்மைப் பொருளியல் முக்கியத்துவத்தை விளக்கவும்.

17. Explain the various types of Elasticity of Demand in detail.

தேவை நெகிழ்ச்சித் தன்மையின் பல்வேறு வகைகளை விரிவாக விளக்கவும்.

———————

UG–CN–1034 BBAMN–21

U.G. DEGREE EXAMINATION – FEBRUARY 2025.

Marketing Management

Second Year

BUSINESS COMMUNICATION

Time : 3 hours Maximum marks : 70

PART A — (3 × 3 = 9 marks)

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

All questions carry equal marks.

1. Define verbal and non-verbal communication.

   வாய்மொழி மற்றும் சொற்களற்ற தொடர்புகளை வரையறுக்கவும்.

2. What do you mean by Business letter?

   வணிக கடிதம் என்றால் என்ன?

3. Write Short note on: Collection letter and Application letter.

சிறுகுறிப்பு : சேகரிப்பு கடிதம் மற்றும் விண்ணப்பக் கடிதம்.

4. List out the procedure for drafting a business report.

வணிக அறிக்கையை உருவாக்குவதற்கான நடைமுறையை பட்டியலிடுங்கள்.

5. What do you mean by presentation?

விளக்கக்காட்சி 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. Why the communication is important in business?

வணிகத்தில் தகவல் தொடர்பு ஏன் முக்கியமானது?

7. Give a model Layout of any Business letter.

ஏதேனும் ஒரு வணிகத் கடிதத்தின் மாதிரி அமைப்பைக் எழுதுக.

8. What are all the common mistakes should be avoided in bank communication?

வங்கி தகவல் பரிமாற்றத்தில் தவிர்க்கப்பட வேண்டிய பொதுவான தவறுகள் என்ன?

9. Write the various components of report.

அறிக்கையின் பல்வேறு கூறுகளை எழுதவும்.

10. Role of business presentation in Business Communication – Discuss.

வணிக விளக்கக்காட்சியின் பங்கு - விவாதிக்கவும்.

PART C — (4 × 10 = 40 marks)

Answer any FOUR questions out of Seven questions in 500 words.
All questions carry equal marks.

11. Explain various steps involved in the process of communication.

தகவல் தொடர்பு செயல்பாட்டில் உள்ள பல்வேறு படிகளை விளக்குங்கள்.

12. What are all the essential components of Circular letter and Sales letter?

சுற்றறிக்கை மற்றும் விற்பனைகடிதத்தின் அத்தியாவசிய கூறுகள் யாவை?

13. Write a letter to a banker requesting a loan for your export business.

உங்கள் ஏற்றுமதி வணிகத்திற்கான கடனைக் கோரி வங்கியாளருக்குக் கடிதம் எழுதவும்.

14. What are the contents of Annual report?

வருடாந்திர அறிக்கையின் உள்ளடக்கங்கள் என்ன?

15. What is the role of Emails in present day business correspondence?

இன்றைய வணிக கடிதப் பரிமாற்றத்தில் மின்னஞ்சல்களின் பங்கு என்ன?

16. Explain the Emerging Issues in Business Communication.

வணிகத் தகவல் தொடர்புகளில் உருவாகி வரும் சிக்கல்களை விளக்குங்கள்.

17. "Communication is the blood of any business organization". – Justify.

"தகவல் தொடர்பு என்பது எந்தவொரு வணிக நிறுவனத்திற்கும் உயிர் இரத்தமாகும்" - நிறுவுக.

———————

UG-CN-1035 BBAMN–22

U.G. DEGREE EXAMINATION — FEBRUARY 2025

Marketing Management

Second Year

ELEMENTS OF INSURANCE

Time : 3 hours Maximum marks : 70

SECTION A — (3 × 3 = 9 marks)

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

All questions carry equal marks.

1. Define Insurance.
காப்பீட்டை வரையறுக்கவும்.

2. What is Whole life policy?
முழு வாழ்க்கைக் காப்பீடு என்றால் என்ன?

3. What is Fire Insurance?
தீ காப்பீடு என்றால் என்ன?

4. What is Cargo Insurance?
சரக்கு காப்பீடு என்றால் என்ன?

5. What do you mean by Cattle Insurance?
கால்நடை காப்பீடு என்றால் என்ன?

SECTION B — (3 × 7 = 21 marks)

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

All questions carry equal marks.

6. Explain the concept of Risk and Uncertainty.
ஆபத்து மற்றும் நிச்சயமற்ற தன்மையின் கருத்தை விளக்குங்கள்.

7. Feature of Life Insurance contract.
ஆயுள் காப்பீட்டு ஒப்பந்தத்தின் அம்சம்.

8. Differentiate General Insurance from Life Insurance.
ஆயுள்காப்பீட்டிலிருந்து பொதுக்காப்பீட்டை வேறுபடுத்துங்கள்.

9. Write a note on Marine Insurance.
கடல் காப்பீடு பற்றிய குறிப்பை எழுதுங்கள்.

10. Write a note on Livestock Insurance.
கால்நடை காப்பீடு பற்றிய குறிப்பை எழுதவும்.

SECTION C — (4 × 10 = 40 marks)

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

All questions carry equal marks.

11. Explain the types of Insurance.
காப்பீட்டின் வகைகள் விவரி.

12. Explain the role and functions of LIC.
எல்ஐசியின் பங்கு மற்றும் செயல்பாடுகள் விவரி.

13. Discuss the Principles of Fire Insurance.
தீ காப்பீட்டின் கோட்பாடுகள் விவாதி.

14. Explain the Principles of Marine Insurance.
கடல் காப்பீட்டின் கொள்கைகள் விவரி.

15. Explain recent developments of Insurance in India.
இந்தியாவில் காப்பீட்டின் சமீபத்திய வளர்ச்சிகளை விளக்குங்கள்.

16. Explain briefly about General Insurance.
பொது காப்பீடு பற்றி சுருக்கமாக விளக்குங்கள்.

17. Explain Life Insurance in Private Sector.
தனியார் துறையில் ஆயுள் காப்பீடு பற்றி விளக்கவும்.

———————

UG–CN–1036 BBAMN–23

U.G. DEGREE EXAMINATION – FEBRUARY 2025.

Marketing Management

Second Year

MARKETING MANAGEMENT

Time : 3 hours Maximum marks : 70

PART A — (3 × 3 = 9 marks)

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

All questions carry equal marks.

1. Define marketing.
   சந்தைப்படுத்துதலை வரையறுக்கவும்.

2. What is buyer behavior?
   வாங்குபவர் நடத்தை என்றால் என்ன?

3. What is consumer goods?
   நுகர்வோர் பொருட்கள் என்றால் என்ன?

4. What is pricing?

விலை நிர்ணயம் என்றால் என்ன?

5. What is advertising?

விளம்பரம் 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. Difference between marketing and selling.

சந்தைப்படுத்துதல் மற்றும் விற்பனைக்கு இடையே உள்ள வேறுபாடு.

7. Explain stages of buying decision process.

வாங்கும் முடிவெடுக்கும் செயல்முறையின் நிலைகளை விளக்குங்கள்.

8. Write a short note on :

(a) Branding

(b) Packaging

ஒரு சிறு குறிப்பை எழுதவும் :

(அ) பிராண்டிங்

(ஆ) பேக்கேஜிங்

9. Explain the function of wholesaler and retailer.

மொத்த விற்பனையாளர் மற்றும் சில்லறை விற்பனையாளரின் செயல்பாட்டை விளக்குங்கள்.

10. What are the objectives of sales promotion?

விற்பனை ஊக்குவிப்பு நோக்கங்கள் என்ன?

PART C — (4 × 10 = 40 marks)

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

All questions carry equal marks.

11. Explain various environmental factors affecting marketing function.

சந்தைப்படுத்தல் செயல்பாட்டை பாதிக்கும் பல்வேறு சுற்றுச்சூழல் காரணிகளை விளக்குங்கள்.

12. Explain basis for consumer market segmentation.

நுகர்வோர் சந்தைப் பிரிவுக்கான அடிப்படையை விளக்குங்கள்.

13. Explain the various stages in the product development process.

தயாரிப்பு மேம்பாட்டு செயல்பாட்டில் உள்ள பல்வேறு நிலைகளை விளக்குங்கள்.

14. Explain the factors influencing pricing decision.

விலை நிர்ணயத்தை பாதிக்கும் காரணிகளை விளக்குங்கள்.

15. Explain the recent trends in marketing.

சந்தைப்படுத்தலின் சமீபத்திய போக்குகளை விளக்குங்கள்.

16. Explain the functions of marketing.

சந்தைப்படுத்தலின் செயல்பாடுகளை விளக்குங்கள்.

17. What are the stages in the product life cycle?

தயாரிப்பு வாழ்க்கைச் சுழற்சியின் நிலைகள் யாவை?

———————

UG-CN-1037 BBAMN–24

U.G. DEGREE EXAMINATION — FEBRUARY 2025.

Marketing Management

Second Year

PERSONAL SELLING AND SALESMANSHIP

Time : 3 hours Maximum marks : 70

SECTION A — ($3 \times 3 = 9$ marks)

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

All questions carry equal marks.

1. Distinguish between advertising and personal selling.

   விளம்பரம் மற்றும் நேர்முக விற்பனைக்கு இடையில் உள்ள வேறுபாடுகளை விவரிக்கவும்.

2. Write a short note on Pre-Approach in personal selling.

   சிறு குறிப்பு எழுதவும் நேர்முக விற்பனையின் விற்பனைக்கு முந்தைய அணுகுமுறை.

3. How can sales personnel improve their selling attributes?

விற்பனையாளர்கள் தங்கள் விற்பனை பண்புகளை எவ்வாறு மேம்படுத்தலாம்?

4. What is Periodic report? Explain its Importance.

கால அறிக்கை என்றால் என்ன? அதன் முக்கியத்துவத்தை விளக்குங்கள்.

5. What are the advantages of selling as a Career?

விற்பனைப் பணியின் நன்மைகள் யாவை?

SECTION B — ($3 \times 7 = 21$ marks)

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

All question carry equal marks.

6. Describe the nature and scope of personal selling.

தனிப்பட்ட விற்பனையின் தன்மை மற்றும் நோக்கம் விவரி.

7. Why demonstration is necessary in personal selling process?

தனிப்பட்ட விற்பனை செயல்பாட்டில் ஏன் ஆர்ப்பாட்டம் அவசியம்?

8. Explain the duties and responsibilities of Sales personnel.

விற்பனையாளர்களின் கடமைகள் மற்றும் பொறுப்புகள் விவரி.

9. Write shot note on Travel plan preparation.

பயணத் திட்டம் தயாரித்தல் – சிறு குறிப்பு வரைக.

10. What are the career opportunities in selling?

விற்பனைப் பணியில் உள்ள வாய்ப்புகளை விளக்குக.

SECTION C — ($4 \times 10 = 40$ marks)

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

All questions carry equal marks.

11. Explain the theories of personal selling.

தனிப்பட்ட விற்பனையின் கோட்பாடுகளை விளக்கு.

12. Elaborate the various steps involved in personal selling.

தனிப்பட்ட விற்பனையில் ஈடுபட்டுள்ள பல்வேறு படிகளை விரிவாக்குக.

13. Discuss the Importance of follow up in personal Selling.

நேர்முக விற்பனையில் பின் தொடர்வதன் முக்கியத்துவம் யாவை?

14. Explain the factors to be considered in preparation of a periodical report by a salesman.

விற்பனையார் கால முறையில் அறிக்கை தயாரிக்கும் போது கருத்தில் கொள்ள வேண்டிய காரணிகள் யாவை?

15. What are the disadvantages in selling as a Career?

விற்பனை பணியில் உள்ள தீமைகள் யாவை?

16. Explain some of the sale closing techniques.

சில விற்பனை மூடும் நுட்பங்களை விளக்குக.

17. Specify Buying Formula theory.

வாங்குதல் சூத்திரம் கோட்பாடு குறிப்பிடவும்.

———————

UG-CN-1038 BBAMN–25

U.G. DEGREE EXAMINATION – FEBRUARY 2025.

Marketing Management

Second Year

PRODUCT MANAGEMENT

Time : 3 hours Maximum marks : 70

PART A — (3 × 3 = 9 marks)

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

All questions carry equal marks.

1. Define product.

   விளை பொருளை வரையறுக்கவும்.

2. What is product positioning?

   விளை பொருள் நிலைப்படுத்தல் என்றால் என்ன?

3. What is feasibility test?

சாத்தியக்கூறு சோதனை என்றால் என்ன?

4. What is branding?

பிராண்டிங் என்றால் என்ன?

5. What is packaging?

பேக்கேஜிங் என்றால் என்ன?

PART B — ($3 \times 7 = 21$ marks)

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

All questions carry equal marks.

6. What is product line? Explain the need for product line modification.

விளை பொருள் வரிசை என்றால் என்ன? விளை பொருள் வரிசையில் மாற்றம் தேவை விளக்குங்கள்.

7. What are the issues in product positioning?

விளை பொருள் நிலைப்படுத்தலில் உள்ள சிக்கல்கள் என்ன?

8. What are the Methods of product positioning?

தயாரிப்பு நிலைப்படுத்தலின் முறைகள் என்ன?

9. What are the Technique available for generating new ideas?

புதிய யோசனைகளை உருவாக்குவதற்கான தொழில்நுட்பம் என்ன?

10. What are the Functions of packaging?

பேக்கின் செயல்பாடுகள் என்ன?

PART C — ($4 \times 10 = 40$ marks)

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

All questions carry equal marks.

11. Explain the classification of product.

விளை பொருளின் வகைப்பாடுகளை விவரி.

12. What are the stages of PLC?

PLC இன் நிலைகள் என்ன?

13. What are the Reasons for product failure?

விளை பொருள் தோல்விக்கான காரணம் என்ன?

14. Explain briefly Barriers of new product development.

புதிய தயாரிப்பு வளர்ச்சியின் தடைகள் சுருக்கமாக விளக்கவும்.

15. Explain the Pricing strategy for new product.

புதிய தயாரிப்புக்கான விலை நிர்ணய உத்தியை விளக்குங்கள்.

16. What are the Challenges available for Branding?

பிராண்டிங்கிற்கு என்ன சவால்கள் உள்ளன?

17. Explain the Future trending in product management.

விளை பொருள் நிர்வாகத்தில் எதிர்கால போக்குகளை விளக்குங்கள்.

———————

UG-CN-1039 BBAMN–31

U.G. DEGREE EXAMINATION – FEBRUARY 2025.

Marketing Management

Third Year

SALES AND DISTRIBUTION MANAGEMENT

Time : 3 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. Define Personal selling.
   தனிப்பட்ட விற்பனையை வரையறுக்கவும்.

2. What is Sales Presentation?
   விற்பனை விளக்கக்காட்சி என்றால் என்ன?

3. What is Sales Attributes?
   விற்பனைப் பண்புக் கூறுகள் என்றால் என்ன?

4. What is Sales Meetings?

விற்பனை கூட்டங்கள் என்றால் என்ன?

5. What is Sales Manual?

விற்பனை கையேடு என்றால் என்ன?

SECTION 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 objectives of Personal Selling?

தனிப்பட்ட விற்பனையின் நோக்கங்கள் என்ன?

7. Differentiate Advertising and Personal selling.

விளம்பரம் மற்றும் தனிப்பட்ட விற்பனையை வேறுபடுத்துங்கள்.

8. What are the qualifications of sales people?

விற்பனையாளர்களின் தகுதிகள் என்ன?

9. What are the characteristics of sales staff?

விற்பனை ஊழியர்களின் பண்புகள் என்ன?

10. What are the features of Sales Manual?

விற்பனை கையேட்டின் அம்சங்கள் என்ன?

SECTION C — (4 × 10 = 40 marks)

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

All questions carry equal marks.

11. Explain AIDAS Theory of selling.

AIDAS விற்பனை கோட்பாட்டை விளக்குங்கள்.

12. Explain various steps involved in prospecting.

எதிர்பார்ப்பில் உள்ள பல்வேறு படிகளை விளக்குங்கள்.

13. What are the types of sales Personnel?

விற்பனைப் பணியாளர்களின் வகைகள் யாவை?

14. Explain the Importance of Salesmanship.

விற்பனையின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குங்கள்.

15. Salesman are born and not made – Comment.

விற்பனையாளர் பிறப்பார்கள் மற்றும் உருவாக்கப்படவில்லை – கருத்து.

16. What are the Components of Salesman's Report?
விற்பனையாளர் அறிக்கையின் கூறுகள் யாவை?

17. Explain about "Sales as a Career".

"ஒரு தொழிலக விற்பனை" பற்றி விளக்கவும்.

———————

UG-CN-1040 BBAMN-32

U.G. DEGREE EXAMINATION — FEBRUARY 2025.

Marketing Management

Third Year

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION

Time : 3 hours Maximum marks : 70

SECTION A — ($3 \times 3 = 9$ marks)

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

All questions carry equal marks.

1. What are the five tools of IMC?

   ஒருங்கிணைந்த சந்தைப் படுத்துதல் தொடர்புக்கான ஐந்து கருவிகள் யாவை?

2. Define advertising agency.

   விளம்பர நிறுவனம் – வரையறு.

3. What is DAGMAR approach in advertising?

டாக்மார் அணுகுமுறை என்றால் என்ன?

4. Define media plan.

ஊடக திட்டம் வரையறு.

5. What do you mean by advertising strategy?

விளம்பர உத்தி என்றால் என்ன?

SECTION B — (3 × 7 = 21 marks)

Answer any THREE questions
out of Five questions in 200 words.
All questions carry equal marks.

6. Give the importance of Integrated marketing communication.

ஒருங்கிணைந்த சந்தைப்படுத்துதல் தொடர்பின் முக்கியத்துவத்தை விவரி.

7. Give the meaning, definition and features of advertising.

விளம்பரத்தின் பல்வேறு அம்சங்களை விளக்கவும்.

8. Discuss the elements of advertising copy.

விளம்பர நகல் குறிப்புகளின் கூறுகளை விவரி.

9. Describe the process of media planning in advertising.

விளம்பரத்தில் ஊடக திட்டமிடல் செயல்முறையை விளக்கவும்.

10. What factors do contribute for the development of IMC in India?

ஒருங்கிணைந்த சந்தைப்படுத்தல் தகவல் தொடர்பை மேம்படுத்துவதற்கு தேவையான காரணிகள் யாவை?

SECTION C — ($4 \times 10 = 40$ marks)

Answer any FOUR questions

out of Seven questions in 500 words.

All questions carry equal marks.

11. Give the features and objectives of IMC.

ஒருங்கிணைந்த சந்தைப்படுத்தல் தகவல் தொடர்பு அம்சங்கள் மற்றும் நோக்கங்களை வழங்குக.

12. Explain the objectives of advertising.

விளம்பரத்தின் நோக்கங்களை விளக்குக.

13. Define DAGMAR approach of advertising objectives. Also state the features of DAGMAR approach.

விளம்பர நோக்கங்களின் DAGMAR அணுகுமுறை மற்றும் அதன் அம்சங்களையும் கூறவும்.

14. State the problem faced in media planning.

ஊடக திட்டமிடுதலில் எதிர்கொள்ளும் சிக்கலைக் குறிப்பிடவும்.

15. Explain the various steps involved in IMC planning process.

ஒருங்கிணைந்த சந்தைப்படுத்தல் தகவல் தொடர்பு செயல்பாட்டில் உள்ள பல்வேறு படிகளை விளக்குக.

16. Justify the need for IMC.

ஒருங்கிணைந்த சந்தைப்படுத்தல் தகவல் தொடர்பு சேசையின் தேவையை விவரிக்கவும்.

17. How will you develop media strategy in advertising management?

விளம்பர நிர்வாகத்தின் ஊடக உத்தியை எவ்வாறு உருவாக்குவீர்கள்?

———————

UG-CN-1041 BBAMN–33

U.G. DEGREE EXAMINATION – FEBRUARY 2025.

Marketing Management

Third Year

SERVICE MARKETING

Time : 3 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. Explain the characteristics of service marketing.
   சந்தையியல் சேவைகளின் சிறப்பியல்புகள் யாவை?

2. What is Demographic segmentation?
   சேவை சந்தையியலில் உள்ள மக்கள் பிளவு பற்றி எழுதுக.

3. What are the components of service marketing mix?

சேவை சந்தையியல் சுவையின் கூறுகள் யாவை?

4. Define Service Quality gap.

சேவை தர இடைவெளி - வரையறு.

5. Define customer retention.

வாடிக்கையாளரை தக்க வைத்தல் - வரையறு.

SECTION B — (3 × 7 = 21 marks)

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

All questions carry equal marks.

6. Explain the various types of Services marketing.

சேவை சந்தையியலின் பல்வேறு வகைகள் பற்றி விளக்குக.

7. Discuss the role of positioning and differentiate in services marketing.

சேவை சந்தையிடுதலில் உள்ள நிலைபாடு மற்றும் வேறுபாடு குறித்து எழுதுக.

8. What are the seven p's of services marketing?

சேவை சந்தையிடுதலின் 7p's என்றால் என்ன?

9. Discuss briefly the dimensions of Service Quality.

சேவை தரத்தின் பரிமாணங்களை சுருக்கமாக விவாதிக்கவும்.

10. What is CRM? Explain its strategies.

வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மையியல் என்றால் என்ன? அதன் யுத்திகளை விவரிக்கவும்.

SECTION C — (4 × 10 = 40 marks)

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

All questions carry equal marks.

11. What do you mean by service marketing? What are the reasons for growth in the service market?

சேவை சந்தை மூலம் நீர் அறிவது என்ன? அதன் வளர்ச்சிக்கான காரணங்கள் என்ன?

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

இந்தியாவில் சேவை சந்தையிடுதலில் உள்ள சிக்கல்களையும் சவால்களையும் விளக்குக.

13. Explain the bases of segmenting in service marketing.

சேவை சந்தையியல் எதன் அடிப்படையில் பாகுபடுத்தப்படுகிறது என்பது குறித்து விளக்குக.

14. Explain the various types of channel practices in service marketing.

சேவை சந்தையின் பல்வேறு வழிமுறைகளை விளக்குக.

15. What is service marketing mix? Explain its elements briefly.

சேவை சந்தைப்படுத்துதல் கலவை என்றால் என்ன? அதன் கூறுகளை சுருக்கமாக விளக்குக.

16. What are the gaps identified in service organization? Explain the techniques to resolve the gap.

சேவை நிறுவனத்தில் அடையாளம் காணப்பட்ட இடைவெளிகள் என்ன? அவைகளைத் தீர்ப்பதற்கான நுட்பங்களை விளக்குங்கள்.

17. Describe the importance of customer relationship management.

வாடிக்கையாளர் உறவு சந்தைப்படுத்துதலின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக.

———————

UG-CN-1042 BBAMN-34

U.G. DEGREE EXAMINATION — FEBRUARY 2025.

Marketing Management

Third Year

RETAIL MARKETING

Time : 3 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 do you mean by retail marketing?

   சில்லறை விற்பனை என்றால் என்ன?

2. What are the objectives of location in retail marketing?

   சில்லறை சந்தை இடத்தின் நோக்கங்கள் யாவை?

3. Explain merchandise planning.

   வணிகப் பொருள் அமைப்பு திட்டமிடுதல் என்றால் என்ன?

4. What are the elements of retail price?

சில்லறை விலையின் அடிப்படை கூறுகள் யாவை?

5. Give any three advantages of sales promotion in retailing.

சில்லறை விற்பனையில் விற்பனை மேம்பாட்டின் ஏதேனும் மூன்று நன்மைகளை கூறுக.

SECTION B — ($3 \times 7 = 21$ marks)

Answer any THREE questions
out of Five questions in 200 words.
All questions carry equal marks.

6. Explain the characteristics of retailing.

சில்லறை விற்பனையின் தன்மைகளைக் குறிப்பிடவும்.

7. What are the steps involved in choosing a retail location?

சில்லறை வணிக இடத்தைத் தேர்வு செய்வதில் உள்ள படிநிலைகள் யாவை?

8. State the importance of Brand in retailing.

சில்லறை வணிகத்தில் வணிகப் பெயரின் முக்கியத்துவத்தை விவரிக்கவும்.

9. Explain the external influences of retail pricing.

சில்லறை விலையை பாதிக்கும் சில வெளிப்புற காரணிகளை பட்டியலிடுங்கள்.

10. What do you mean by Personal selling? State its merits and demerits?

தனிப்பட்ட விற்பனை என்றால் என்ன? அதன் நிறை மற்றும் குறைபாடுகளை தருக.

SECTION C — ($4 \times 10 = 40$ marks)

Answer any FOUR questions
out of Seven questions in 500 words.
All questions carry equal marks.

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

சில்லறை விற்பனையின் வளர்ச்சி மற்றும் அதன் பார்வையினை இந்தியா மற்றும் உலளாவிய அளவில் விளக்குக.

12. Explain the importance of location decision in retailing.

சில்லறை வணிகத்தில் இடஅமைவு தீர்மானத்தின் முக்கியத்துவம் பற்றி விளக்குக.

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

சில்லறை சந்தையில் கலவையை உருவாக்குதல் மற்றும் மேலாண்மை செய்யும் போது கவனத்தில் கொள்ள வேண்டிய காரணிகள் யாவை?

14. Explain the pricing strategies that may be adopted by a retailer.

விற்பனையாளர்கள் பயன்படுத்தக் கூடிய விலை உத்திகள் பற்றி விவரி.

15. What are the merits and demerits of Brand management?

முத்திரை மேலாண்மையின் நிறை குறைகள் யாவை?

16. Discuss the various types of retailer in India.

இந்தியாவில் உள்ள பல்வேறு வகையான சில்லறை விற்பனையாளர்கள் குறித்து விவாதிக்க.

17. Explain the various elements of the retail marketing mix.

சில்லறை சந்தையியல் கலவையின் கூறுகளை பற்றி விளக்குக.

———————

UG-CN-1043 BBAMN-35

U.G. DEGREE EXAMINATION – FEBRUARY 2025.

Marketing Management

Third Year

MARKETING RESEARCH

Time : 3 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 do you understand by MIS?

   மேலாண்மைத் தகவல் என்றால் என்ன?

2. What is descriptive research?

   விளக்கமுறை ஆராய்ச்சி வடிவமைப்பு என்றால் என்ன?

3. Define the term coding.

   தகவல் தொகுப்பு வரையறு.

4. List the uses of Test marketing.

சோதனை சந்தையியலின் பயன்பாடுகளை வரிசைப்படுத்துக.

5. Write a short notes on sales analysis.

விற்பனை பகுப்பாய்வினை பற்றி சிறு குறிப்பு வரைக.

SECTION B — (3 × 7 = 21 marks)

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

All questions carry equal marks.

6. Explain the need and importance of marketing research.

சந்தையியல் ஆய்வின் தேவை மற்றும் முக்கியத்துவத்தை விவரி.

7. What are the various sampling methods?

மாதிரி முறையின் பல்வேறு வகைகள் யாவை?

8. Explain the different methods of Tabulation.

அட்டவணைப்படுத்துதலின் பல்வேறு முறைகளை விளக்குக.

9. Describe the process of marketing research.

ஆராய்ச்சி செயல்முறையின் பல்வேறு படிநிலைகளை விளக்கவும்.

10. Examine the effectiveness of advertising research.

விளம்பர ஆராய்ச்சியின் செயலாண்மை அல்லது வெளிப்பாடு பற்றி ஆராய்க.

SECTION C — (4 × 10 = 40 marks)

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

All questions carry equal marks.

11. Explain the importance of marketing research and its process.

சந்தையிடுதல் ஆராய்ச்சியின் முக்கியத்துவம் மற்றும் செயல்முறையை விவரி.

12. Explain the various techniques used in sampling.

மாதிரி எடுப்பதில் பயன்படுத்தப்படும் பல்வேறு நுட்பங்களை விளக்குக.

13. What are the characteristics of good report writing?

நல்ல அறிக்கை எழுதுதலின் பண்புகள் யாவை?

14. Explain the factors to be considered while carrying out the product research.

பொருள் ஆய்வினை மேற்கொள்ளும்பொழுது கருத்தில் கொள்ள வேண்டிய காரணிகளை விவரி.

15. Explain the new product development process.

புதிய பொருள் வளர்ச்சி செயல்முறையை விளக்குக.

16. What is Pre-Testing? What steps would you take to Pre-test on advertisement?

முன் சோதனை என்றால் என்ன? விளம்பரத்தின் முன் சோதனையில் சம்பந்தப்பட்ட பல்வேறு நிலைகளை விளக்கவும்.

17. What do you mean by advertising research? Explain the areas covered under the advertising Research.

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

———————