

Total No. of Pages: 3

5703

Register Number:

Name of the Candidate:

B.B.A. DEGREE EXAMINATION December 2014

(SECOND YEAR)

(PART - III)

250/620. MARKETING MANAGEMENT

(Common for DD & B.B.A. CA)

Time: Three hours

Maximum: 100 marks

SECTION - A

(10 × 2 = 20)

Answer any TEN questions

1. What is meant by Marketing?
2. What do you mean by consumer behaviour?
3. Define the term branding.
4. State the term product mix.
5. What do you understand by the term product life cycle?
6. What do you mean by dual pricing?
7. Define the term Advertising.
8. Who are called as Intermediaries?
9. What do you understand by Sales Promotion?
10. What do you mean by publicity?
11. Define market segmentation.
12. What is sales?

SECTION - B

(4 × 10 = 40)

Answer any FOUR questions

13. Explain the modern concept of marketing.
14. Briefly explain the theories of consumer behaviour.

15. Explain the various procedure for price determination.
16. What are the elements of marketing mix? Explain in detail.
17. Explain the various aspects of Advertising Agency.
18. How do you select media for advertising? Explain the role of media in advertising.

SECTION - C
Answer any TWO questions

(2 × 20 = 40)

19. Elaborate the various approaches to the study of marketing.
20. Explain the different mode of distribution channels. List out its advantages.
21. Distinguish the concept of Advertising Vs Publicity.
22. How do you measure the advertising effectiveness? Explain its methods and procedures in detail.

தமிழாக்கம்

பகுதி - அ

எவையேனும் பத்து வினாக்களுக்கு விடையளிக்கவும்

(10 × 2 = 20)

1. சந்தையியல் என்றால் என்ன?
2. நுகர்வோர் நடத்தை என்றால் என்ன?
3. வியாபார குறியிடல் என்றால் என்ன?
4. பொருள் கலவை என்பதனை விளக்கு.
5. பொருள் வாழ்க்கை சுழற்சி என்பதனைப் பற்றிய உனது கருத்துக்களை குறிப்பிடுக.
6. இரட்டை விலையிடல் என்றால் என்ன?
7. விளம்பரப் படுத்துதல் என்றால் என்ன?
8. இடைத்தரகர் என்பவர் யார்?
9. விற்பனை மேம்பாடு என்றால் என்ன?
10. பிரசித்தி என்பதன் பொருள் என்ன?
11. சந்தை பகுப்பு என்றால் என்ன?
12. விற்பனை என்பது யாது?

5703

பகுதி - ஆ**எவையேனும் நான்கு வினாக்களுக்கு விடையளி****(4 × 10 = 40)**

13. சந்தையியலின் நவீன கோட்பாடுகளை விளக்குக.
14. நுகர்வோர் நடத்தையியலின் தத்துவங்களை விவரி.
15. விலை நிர்ணயத்தலின் பல்வேறு முறைகளை விளக்குக.
16. சந்தையியல் கலவையின் முக்கிய கூறுகளை விவரி.
17. விளம்பர நிறுவனங்களின் பல்வேறு பகுதிகளை விளக்குக.
18. விளம்பரத்திற்கான ஊடகங்களை எவ்வாறு தேர்ந்து எடுப்பாய்? விளம்பரபடுத்தலில் ஊடகங்களின் பங்கினை விவரி.

பகுதி - இ**எவையேனும் இரு வினாக்களுக்கு விடையளி****(2 × 20 = 40)**

19. சந்தையியலின் ஆய்வில் பயன்படுத்தப்படும் பல்வேறு அணுகுமுறைகளை விவரி.
20. விநியோக வழிமுறைகளின் பல்வேறு வகைகளை பட்டியலிட்டு அவற்றின் நன்மைகளை விளக்குக.
21. விளம்பரப்படுத்தல் மற்றும் பிரசித்தி செய்தல் ஆகியவற்றிற்கு இடையிலான முக்கிய வேறுபாடுகளை விவரி.
22. விளம்பரங்களின் திறனை கண்டறியக்கூடிய வழிமுறைகளை விளக்குக.

&&&&&&&