

Total No. of Pages: **3**

5703

Register Number:

Name of the Candidate:

B.B.A. DEGREE EXAMINATION, May 2015

(SECOND YEAR)

(PART -III)

250 / 620: MARKETING MANAGEMENT

(Common with B.B.A., CA & D.D.)

Time: Three hours

Maximum: 100 marks

SECTION - A

(10 × 2 = 20)

Answer any TEN questions

1. Define marketing.
2. What do you mean by consumer behaviour?
3. What do you mean by market segmentation?
4. Define the term branding.
5. State the term Marketing Research.
6. State the term product mix.
7. State the term promotion mix.
8. Define the term Advertising.
9. What do you mean by personal selling?
10. What do you mean by publicity?
11. What do you mean by pricing policies?
12. What do you understand by the term product life cycle?

SECTION - B

Answer any FOUR questions

(4 × 10 = 40)

13. Explain the functions of marketing.
14. Briefly explain the theories of consumer behaviour.
15. Explain the procedure for development of a new product.
16. Explain the concept of channels of distribution.
17. Explain the various aspects of advertising agency.
18. How advertising differ from publicity?

SECTION - C
Answer any TWO questions

(2 × 20 = 40)

19. Elaborate the various approaches to the study of marketing.
20. Discuss the different stages of product life cycle.
21. How do you measure the advertising effectiveness? Explain its methods and procedures in detail.
22. Explain the process of personal selling.

தமிழாக்கம்

பகுதி - அ

எவையேனும் பத்து வினாக்களுக்கு விடையளிக்கவும்

(10 × 2 = 20)

1. சந்தையியல் வரையறு?
2. நுகர்வோர் நடத்தை என்றால் என்ன?
3. சந்தை பகுப்பு என்றால் என்ன?
4. வியாபார குறியிடல் என்றால் என்ன?
5. சந்தையியல் ஆராய்ச்சி என்றால் என்ன?
6. பொருள் கலவை என்பதை விளக்கு.
7. அபிவிருத்த கலப்பு என்பதை விளக்கு
8. விளம்பரப்படுத்துதல் என்றால் என்ன?
9. நேரடி விற்பனை என்றால் என்ன?
10. விளம்பரத்தில் நேரடி விற்பனை என்றால் என்ன?
11. விலைக் கொள்கை என்றால் என்ன?
12. பொருள் வாழ்க்கை சுழற்சி என்பதனை பற்றிய உனது கருத்துக்களை குறிப்பிடுக?

பகுதி - ஆ

எவையேனும் நான்கு வினாக்களுக்கு விடையளிக்கவும்

(4 × 10 = 40)

13. சந்தையியலின் பணிகள் பற்றி விளக்குக?
14. நுகர்வோர் நடத்தை இயலின் தத்துவங்களை விவரி.
15. புதுபொருள் முன்னேற்றத்தின் வழிமுறைகளை விவரி
16. பகிர்வின் வழிகள் பற்றி விளக்குக.
17. விளம்பர நிறுவனங்களின் பல்வேறு பகுதிகளை விளக்குக.
18. விளம்பரப்படுத்துதல் மற்றும் பிரசித்தி செய்தல் ஆகியவற்றிற்கு இடையிலான முக்கிய வேறுபாடுகளை விவரி.

பகுதி - இ

எவையேனும் இரண்டு வினாக்களுக்கு விடையளிக்கவும் (2 × 20 = 40)

19. சந்தையியலின் ஆய்வில் பயன்படுத்தப்படும் பல்வேறு அணுகுமுறைகளை விவரி.
20. பொருள் வாழ்க்கை சுழற்சி பற்றிய பல்வேறு வழிமுறைகளை விவரி.
21. விளம்பரத்திற்கான ஊடகங்களை எவ்வாறு தேர்ந்தெடுப்பாய்?
விளம்பரப்படுத்துதலில் ஊடகங்களின் பங்கினை விவரி.
22. நேரடி விற்பனை செயல்முறைகளை விளக்குக.

\$\$\$\$\$\$\$