

Register Number :

Name of the Candidate :

5 4 6 6

B.M.M. / B.Com.
(Marketing Management)
DEGREE EXAMINATION, 2010

(THIRD YEAR)

(PART - IV)

(PAPER - III)

310. INDUSTRIAL AND SERVICE
MANAGEMENT

(Including Lateral Entry)

December]

[Time : 3 Hours

Maximum : 100 Marks

Answer any FIVE questions.

All questions carry equal marks.

(5 × 20 = 100)

1. Enumerate the importance of industrial marketing.

Turn Over

2

2. Distinguish between consumer marketing and industrial marketing.
3. Elucidate the characteristic features of industrial buyer.
4. What are the important motives of industrial buyer? Explain.
5. Briefly explain the pricing strategies of industrial products.
6. Give a brief note on the classifications of industrial products.
7. What are the missions of service marketing? Explain.
8. Briefly explain the merits and demerits of services market segmentation.
9. What are the major activities involved in tourism marketing? Explain.
10. Enumerate the advantages of hospital services.

3

தமிழாக்கம்

ஏதேனும் **ஐந்து** வினாக்களுக்கு விடையளி
அனைத்து வினாக்களுக்கும் **சம** மதிப்பெண்கள்.

(5 × 20 = 100)

1. ஆலைசார் சந்தையிடுதலின் முக்கியத்துவத்தை விவரிக்க.
2. நுகர்வோர் சந்தையிடுதல் மற்றும், ஆலைகள் சந்தையிடுதல் இடையே உள்ள வேறுபாடுகளைத் தருக.
3. ஆலைசார் வாங்குவோரின் குணாதிசய சிறப்புகளைத் தருக.
4. ஆலைசார் வாங்குவோரின் முக்கிய நோக்கங்கள் யாவை? விளக்குக.
5. ஆலைசார் பொருட்களின் விலை நிர்ணய யுக்திகள் குறித்து சிறுகுறிப்புத் தருக.
6. ஆலைசார் பொருட்களின் பல்வேறு பிரிவுகள் குறித்து ஒரு சிறுகுறிப்புத் தருக.
7. சேவை சந்தையிடுதலின் நோக்கங்கள் யாவை? விளக்குக.
8. பகுக்கப்பட்ட சேவை சந்தையிடுதலின் நன்மைகள் மற்றும், தீமைகள் குறித்துச் சுருக்கமாக விளக்குக.
9. சுற்றுலா சந்தையிடுதலில் காணப்படும் முக்கிய செயல்பாடுகள் யாவை? விளக்குக.
10. மருத்துவச் சேவைகளின் நன்மைகள் குறித்து விளக்குக.