

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

20. Bring out the features of services.
சேவையின் சிறப்பியல்புகளை வெளிக்கொணர்க.
21. What is price mix? Explain the different pricing strategies followed by service sector.
விலைக் கலவை என்றால் என்ன? சேவை பகுதி பின்பற்றக் கூடிய பல்வேறு விலை யுக்திகளை விவரி.
22. Focus on the formulation of a sound product mix for the insurance organisation.
காப்பீட்டு அமைப்பின் நல்ல பொருள் கலவையின் உருவாக்குதலை வெளிக்காட்டுக.
23. Explain the characteristics of Financial Services.
நிதியியல் சேவையின் சிறப்பியல்புகளை விவரி.
24. Explain the benefits and challenges in distributing services through agents and brokers.
முகவர் மற்றும் தரகர் மூலமாக சேவையை விநியோகத்தின் நன்மைகள் மற்றும் போட்டியினை விவரி.

NOVEMBER 2017

72216/MAM6Y/
BPM6C

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer any TEN questions.

1. Define Services.
சேவை என்பதன் இலக்கணம் தருக.
2. Mention a few differences between goods and services.
பொருள் மற்றும் சேவை இடையேயான சில வேறுபாடுகளை குறிப்பிடுக.
3. What do you mean by service process?
சேவை முறை என்றால் என்ன?
4. What are the various price terminologies used for services?
சேவையில் பயன்படுத்தக்கூடிய பல்வேறு விலையை இறுதி செய்தல் என்பன யாவை?
5. Explain Capacity Planning.
திட்டமிடும் திறமையைப் பற்றி விவரி.

6. What is chasing demand?

தேவை பின்பற்றுதல் என்றால் என்ன?

7. What is customer orientation?

வாடிக்கையாளர் பின்பற்றுதல் என்றால் என்ன?

8. Mention the objectives of CRM.

வாடிக்கையாளர் தொடர்பு மேலாண்மையின் நோக்கங்களை குறிப்பிடுக.

9. What are the dimension in quality of services?

தர சேவையின் மூலக்கூறுகள் யாவை?

10. What is quality gap?

தர இடைவெளி என்றால் என்ன?

11. Give the meaning of personal selling.

நேரடி விற்பனை என்பதன் பொருள் தருக.

12. Explain the package four in the promotion of tourism service.

சுற்றுலா சேவையை மேம்படுத்துவதில் உள்ள சுற்றுலா கட்டமைப்பினை விவரி.

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

Answer any FIVE questions.

13. What are the reasons for the growth of service organisation?

சேவை அமைப்பினை வளர்ச்சியடைவதற்கான பல்வேறு காரணங்கள் யாவை?

14. Explain the objectives of promotion.

மேம்பாட்டின் நோக்கங்களை விவரி.

15. How do you assess service quality?

சேவையின் தரத்தை எவ்வாறு அறிய முடியும்.

16. Explain the factor affecting price decision.

விலை முடிவெடுத்தலை பாதிக்கக் கூடிய காரணிகளை விவரி.

17. Explain the guidelines for physical evidence strategy.

இயற் சான்று யுக்தியின் வழிகாட்டுதல்களை விவரி.

18. Explain the importance of CRM.

வாடிக்கையாளர் தொடர்பு மேலாண்மையின் முக்கியத்துவத்தை விவரி.

19. Explain the different types of users of the tourism services.

சுற்றுலா சேவையின் பல்வேறு வகையான பயன்பாட்டாளர்களை விவரி.