

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions:

20. What are the reasons for the growth of services in the modern economy? Examine.

நவீன பொருளாதாரத்தில் சேவையின் வளர்ச்சிக்கான காரணங்கள் யாவை? ஆய்க.

21. Explain the various types of services marketing.

பல்வேறு வகையான சேவை சந்தையியல் பற்றி விளக்குக.

22. Explain the process of services marketing mix.

சேவை சந்தையியல் கலவையின் செயல்முறைகள் பற்றி விளக்குக.

23. What are the techniques used to resolve the service quality gap? Explain.

சேவை தர இடைவெளியை குறைக்க அல்லது சரிசெய்ய பயன்படுத்தப்படும் நுட்பங்கள் யாவை? விளக்குக.

24. "The Pricing decisions in the tourism industry are found critical as well as challenging". Discuss.

"சுற்றுலாத் துறையில் விலை நிர்ணயம் முடிவுகள் முக்கியமானவை மற்றும் சவாலானவை". விவாதிக்க.

APRIL 2022

72216/MAM6Y/
BPM6C

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer any TEN questions:

1. Services marketing
சேவைகள் சந்தைப்படுத்தல்
2. Pricing strategies
விலை உத்திகள்
3. Distribution channels
விநியோக வழிகள்
4. Marketing of services
சேவைகளின் சந்தைப்படுத்தல்
5. Market segmentation
சந்தை பிரிவு
6. Quality of services
சேவைகளின் தரம்

14 BBA → Services Marketing

7. Perceived service gap
சேவை இடைவெளி உணரப்பட்டது
8. Quality standards
தரமான தரநிலைகள்
9. Delivery gap
விநியோக இடைவெளி
10. External communication
வெளிப்புற தொடர்பு
11. Financial services
நிதி சேவைகள்
12. Insurance marketing
காப்பீட்டு சந்தைப்படுத்தல்

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

Answer any FIVE questions.

13. State the characteristics of services marketing.
சந்தையியல் சேவைகளின் சிறப்பியல்புகள் பற்றி விளக்குக.
14. Explain the importance and role of services marketing manager.
சேவை சந்தையியல் மேலாளரின் முக்கியத்துவம் மற்றும் பங்கு பற்றி விளக்குக.

2

72216/MAM6Y/
BPM6C

15. State the features of services marketing mix.
சேவை சந்தையியல் கலவையின் தன்மைகளை குறிப்பிடுக.
16. How do you manage demand and capacity in service marketing?
சேவைகள் சந்தைப்படுத்தலில் தேவை மற்றும் திறனை எவ்வாறு நிர்வகிப்பீர்?
17. Distinguish between perceived service Gap and expected service.
வாடிக்கையாளர் எதிர்பார்ப்பு மற்றும் உணரப்பட்ட சேவை இடைவெளி வேறுபடுத்துக.
18. Examine emerging trends in services marketing in India.
இந்தியாவில் சேவை சந்தையியலின் தற்போதைய போக்கு குறித்து ஆராய்க.
19. Comment on the instrumentality of personal selling in promoting the financial services.
நிதி சேவைகளை ஊக்குவிப்பதில் தனிப்பட்ட விற்பனையின் கருவி குறித்து கருத்து தெரிவிக்கவும்.

3

72216/MAM6Y/
BPM6C