DECEMBER 2022 **P/ID 28525/PCM3P**

Time : Three hours Maximum : 80 marks

PART A — ($10 \times 2 = 20$ marks)

Answer any TEN questions each in 50 words.

1. What do you mean by customisation of services?

   சேவைகளை தனிப்பயனாக்குவதன் மூலம் நீவிர் அறிவன யாவை?

2. Write a note on heterogeneity of service.

   சேவையின் பன்முகத் தன்மை குறித்து குறிப்பெழுதுக.

3. Define personal communication.

   தனியாள் தகவல் தொடர்பினை வரையறுக்க.

4. How do companies generate sales leads?

   நிறுவனங்கள் விற்பனை நிலைகளை எவ்வாறு உருவாக்குகின்றன?

5. What is pricing?

   விலை என்றால் என்ன?

6. Give the meaning of Quality Gap.

   தர இடைவெளியின் பொருள் தருக.

7. Define insurance.

   காப்பீடு வரையறுக்க.

8. What do you mean by consulting marketing?
ஆலோசனை சந்தை குறித்து நீவிர் அறிவன யாவை?

9. What is competitive environment?
போட்டி சூழல் என்றால் என்ன?

10. Give the meaning of Customer retention.
வாடிக்கையாளர் தக்கவைப்பின் பொருள் தருக.

11. What do you mean by customer satisfactions?
வாடிக்கையாளர் திருப்தி குறித்து நீங்கள் அறிவன யாவை?

12. Define the term relationship marketing.
சந்தைப்படுத்தல் உறவு என்ற சொல்லை வரையறுக்கவும்.

PART B — ($5 \times 6 = 30$ marks)

Answer any FIVE questions each in 250 words.

13. Discuss the characteristics of services marketing.
சேவை சந்தைப்படுத்துதல் பண்புகள் குறித்து விவாதிக்கவும்.

14. Explain the reasons for fluctuations in demand for services.
சேவைகளுக்கான தேவையில் ஏற்ற இறக்கங்களுக்கான காரணிகளை விளக்குக.

15. Briefly explain the advertising media for promoting services.

சேவைகளை மேம்படுத்துவதற்கான விளம்பர ஊடகத்தை சுருக்கமாக விளக்குக.

16. What are the strategies to be adopted by price makers when price awareness is low?

விலை குறைவாக இருக்கும் போது தயாரிப்பாளர்கள் விழிப்புணர்வுடன் பின்பற்ற வேண்டிய உத்திகள் யாவை?

17. Describe briefly the gaps in service quality.

சேவை தரத்தில் உள்ள இடைவெளிகளை சுருக்கமாக விவரிக்கவும்.

18. Justify the need for applying marketing strategies in the financial service.

நிதி சேவையில் சந்தைப்படுத்துதல் உத்திகளைப் பயன்படுத்துவதன் அவசியத்தை நியாயப்படுத்துக.

19. Bring out the special features of relationship marketing.

சந்தைப்படுத்துதல் உறவின் சிறப்பம்சங்களை வெளிக்கொணர்க.

PART C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions each in 500 words.

20. Describe the classification scheme for services on the basis of the types of relationship between the service organization and its customers.

சேவை அமைப்புக்கும் அதன் வாடிக்கையாளர்களுக்கும் இடையிலான உறவின் வகைகளின் அடிப்படையில் சேவைகளுக்கான வகைப்பாடு திட்டத்தை விவரிக்கவும்.

21. Explain the promotion objectives used to target different customer groups.

வாடிக்கையாளர் குழுக்களை குறிவைக்க பயன்படுத்தப்படும் வெவ்வேறு விளம்பர நோக்கங்களை விளக்குக.

22. State the various methods of pricing used for service products.

சேவை தயாரிப்புகளுக்குப் பயன்படுத்தப்படும் பல்வேறு விலை நிர்ணய முறைகளைக் குறிப்பிடுக.

23. Focus on the formulation of a sound product mix for the insurance organisations is necessary? Explain.

காப்பீட்டு நிறுவனங்களுக்கான முழுமையான தயாரிப்பு கலவையை உருவாக்குவதில் முழுமையான கவனம் செலுத்த வேண்டுமா? விளக்குக.

24. In what way customer satisfaction is measured by service sector? Discuss the evaluation techniques.

எந்த வகையில் சேவை துறையால் வாடிக்கையாளர் திருப்தி அளவிடப்படுகிறது? அதன் மதிப்பீட்டு நுட்பங்கள் குறித்து விவாதிக்கவும்.

———————