

Reg. No. :

Code No. : 3330

Sub. Code : R 3 TO 41

B.A. (CBCS) DEGREE EXAMINATION,
APRIL 2011.

Fourth Semester

Tourism and Hospitality Management — Main

TOURISM MARKETING

(For those who joined in July 2008 onwards)

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

PART A — (10 × 1 = 10 marks)

Answer ALL questions.

Choose the correct answer.

1. முக்கியத் தன்மையை பொறுத்தவரை சுற்றுலாப் பொருள்
ஓர்
(அ) கூட்டுப் பொருள்
(ஆ) ஒற்றைப் பொருள்
(இ) முழுமைபெறாப் பொருள்
(ஈ) கவர்ச்சிகரமான பொருள்.

Tourism product by its nature is

- (a) Composite (b) Unitary
(c) Incomplete (d) Attractive.

2. பொருள் பொதிவு என்பதன் பொருள்
(அ) ஒரு பொருளின் மாறுபட்ட ரகங்கள்
(ஆ) ஒரு பொருளின் தரம்
(இ) ஒரு பொருளுக்கான உத்திரவாதம்
(ஈ) பொருள் கலவை.

Product depth means

- (a) the variants of a single product
(b) the quality of a product
(c) warranty for a product
(d) the product mix.

3. வணிகப்பயணியை கவர உருவாக்கப்படும் விளம்பரத்தின் அமைவிடம்
(அ) ஓய்வகம் அருகில்
(ஆ) நகர்ப்புற மையம்
(இ) வர்த்தக கண்காட்சி
(ஈ) நீரிட சுகவாசஸ்தலம்

In targeting a business tourist, the advertisement should be

- (a) resort oriented
(b) down-town oriented
(c) trade fair oriented
(d) spa oriented.

4. வாசகர்களுக்கு விளம்பரத்தைக் காண்பித்து அதை வாசித்தார்களா என்று பரீட்சித்துப் பார்க்கும் முறையின் பெயர்
(அ) கூப்பனுக்கு பதிலளித்தல்
(ஆ) நினைவூட்டும் பரிட்சை
(இ) விற்பனை பரிட்சை
(ஈ) அடையாளம் காணும் பரிட்சை.

The test in which the respondents are shown the advertisement and asked if they read it, is known as

- (a) coupon response (b) recall test
(c) sales test (d) recognition test.

5. ஓர் உற்பத்தியாளரிடமிருந்து இறுதியில் நுகர்வோரிடம் ஓர் உற்பத்திப் பொருள் சென்றடையும், உரிமையாளர் மாறுதல் நிகழ்வுக்கான அடிப்படை
(அ) சந்தைபடுத்தலுக்கான நுட்பம்
(ஆ) சந்தைபடுத்தலுக்கான தடம்
(இ) சந்தைபடுத்தலுக்கான ஊடகம்
(ஈ) விற்பனை நிலையம்.

The path traced in the transfer of ownership to a product from its producer to ultimate consumers is called

- (a) marketing technique
- (b) marketing channel
- (c) supply medium
- (d) sales outlet.

6. விநியோகக் கொள்கையை பாதிக்காத பின்வரும் ஓர் விசயம்.

- (அ) விற்பனை இட அமைவு
- (ஆ) விநியோகச் செலவு
- (இ) ஸ்தாபனப் புகழ்
- (ஈ) முன்பதிவு முறை.

Which one of the following is not a distribution policy influencing factor?

- (a) location of point-of-sale
- (b) cost of distribution
- (c) image of organizations
- (d) reservation system.

7. கருத்தாக்கத்திற்குட்பட்ட முன்னறிவிப்பு செயல்பாட்டின் மற்றொரு பெயர்

- (அ) சந்தை கட்டுமான முறை
- (ஆ) தரக்குறியீட்டு முறை
- (இ) அளவை குறித்த முறை
- (ஈ) டெல்ஃபி முறை.

Subjective method of forecasting is other wise known as

- (a) market-build up method
- (b) qualitative method
- (c) quantitative method
- (d) Delphi method.

8. தரவுகளில் முரண்பாடுகள் வருவதற்கு காரணம்

- (அ) நிலையான விற்பனை அளவு
- (ஆ) நிலையான விலையேற்றம்
- (இ) விலை குறித்த போட்டிகள்
- (ஈ) காலம் தொடர்பான காரணிகள்.

Erratic movement in data arise on account of

- (a) constant turn over
- (b) constant price hike
- (c) price wars
- (d) seasonal factors.

9. மாதிரி ஆய்வு முறையின் மிக முக்கியமான சிறப்பு

(அ) செலவு குறைவு

(ஆ) துல்லியமான தன்மை

(இ) பயணியர் நோக்கம் அறிவது

(ஈ) முன்னறிவிப்பு.

The outstanding merit of sample survey method is

(a) Economy

(b) Accuracy

(c) Finding tourist motives

(d) forecasting.

10. சுற்றுலா பயணியின் மாறிவரும் தேவைகளை அறிய மிக உதவும் ஆய்வு முறை

(அ) கள ஆய்வு

(ஆ) ஊக்கப்படுத்தும் ஆய்வு

(இ) நேர்காணல்கள்

(ஈ) ஆவணப்படுத்துதல்.

The research method, much helpful to know the changing needs of tourists is

(a) field research

(b) motivational research

(c) interviews

(d) documentation.

PART B — (5 × 5 = 25 marks)

Answer ALL questions, choosing either (a) or (b).

11. (அ) சுற்றுலா சந்தை கோட்பாட்டை வரையறுக்க.

Define the concept of tourism market.

Or

(ஆ) சந்தைப்பகுப்பின் முக்கியத்துவம் குறித்து சிறு குறிப்புத் தருக.

Give a short note on the importance of marketing segmentation.

12. (அ) ஓர் விளம்பரத்தின் திறன் எவ்விதம் மதிப்பிடப்படுகிறது?

How is the effectiveness of an advertisement evaluated?

Or

(ஆ) சுற்றுலாவில் பொதுமக்கள் தொடர்பினை வரையறுக்க.

Define public relations in Tourism.

13. (அ) சுற்றுலா சந்தைப்படுத்தலில் 'எம்ஐசிஇ' கோட்பாட்டினை விளக்குக.

Explain the concept of 'MICE' in tourism marketing.

Or

18. (அ) சுற்றுலாவியலில் விநியோகத் தொடர்புப் பற்றி ஓர் வரைபடம் வரைந்து அதில் தனியார் நிறுவனங்களின் பங்கு பற்றி விளக்குக.

Draw the sketch of the chain of distribution in tourism business and explain the role of private sector in distribution.

Or

- (ஆ) விநியோக முறையின் பல்வேறு நிலைகளை விவாதிக்க.

Discuss the various stages of distribution system.

19. (அ) சுற்றுலா சந்தைப்படுத்தலில் முன்னோடி குறியீடுகள் மற்றும் திரும்புகை மாதிரிகளின் நன்மைகள் - பற்றி விளக்குக.

Explain the advantages of leading indicators and regression models in the tourism marketing.

Or

- (ஆ) சுற்றுலா முன்னறிவிப்பில் விற்பனை ஆய்வின் முக்கியத்துவம் பற்றி மதிப்பிடுக.

Assess the significance of sales analysis in the process of tourism forecasting.

20. (அ) சந்தைப்படுத்தல் நுட்பம் என்ற அளவில் பொதுமக்கள் தொடர்பின் முக்கியத்துவத்தை மதிப்பிடுக.

Evaluate the importance of public relations as a marketing technique.

Or

- (ஆ) சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சியின் பல்வேறு வகைகளை விவாதிக்க.

Discuss the various types of marketing research.