

Reg. No. :

Code No. : 40724

Sub. Code : GMTO 41

B.A. (CBCS) DEGREE EXAMINATION, APRIL 2014.

Fourth Semester

Tourism and Hospitality Management — Main

TOURISM MARKETING

(For those who joined in July 2012 onwards)

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

PART A — (10 × 1 = 10 marks)

Answer ALL questions.

Choose the correct answer.

1. சந்தை கலவையின் இரண்டுக் கூறுகள்
(அ) இன்றைய பொருள் மற்றும் சந்தையைக் கண்டறிதல்
(ஆ) இன்றைய பொருள் மற்றும் சேவையைக் கண்டறிதல்
(இ) போக்குவரத்து மற்றும் தங்கும் வசதியைக் கண்டறிதல்
(ஈ) சந்தை ஆராய்ச்சி மற்றும் விற்பனையைக் கண்டறிதல்



Two components of the market mix are the identification of

- (a) present product and market
- (b) present product and service
- (c) Transport and Accommodation
- (d) Market Research and sales

2. சுற்றுலாச் சந்தையில் முதல் படியாவது

- (அ) சந்தை ஆராய்ச்சி
- (ஆ) சந்தையை கண்டறிதல்
- (இ) சுற்றுலா பொருட்களை கண்டறிதல்
- (ஈ) சந்தை தந்திரம்

The first step in Tourism Marketing is

- (a) Market Research
- (b) Identification of markets
- (c) Identification of Tourist products
- (d) Marketing strategy

3. கீழ்க்கண்டவற்றுள் எது தகவல் தொடர்பில் சிறப்புத் தன்மை ஆற்றது

- (அ) ஆர்வம்
- (ஆ) உண்மை தன்மையானது
- (இ) நினைவுப் படுத்தக் கூடியது
- (ஈ) பேச்சுத் தொடர்பு

One of the following is not a characteristic of an effective message

- (a) interest (b) authenticity
- (c) memory value (d) verbal usage

4. தபாலில் அனுப்பும் விளம்பரம் என்பது எழுத்து வடிவத்திலான கீழ்க்காணும் ஒன்றுக்கு பதில் தருவதற்கு

- (அ) தொலைப் பேசி அழைப்பிதலுக்கு பதில்
- (ஆ) அச்சு விளம்பரத்திற்கான பதில்
- (இ) வேண்டுதலுக்கான பதில்
- (ஈ) நேரடி விற்பனைக்கான பதில்

Mail order advertising is meant to send written order

- (a) in response to the phone message
- (b) in response to the press advertisement
- (c) in response to request
- (d) in response to the direct selling

5. சுற்றுலாத் தொடர்பான கண்காட்சியை ஏற்படுத்துவது

- (அ) உணவுப் பொருட்களின் விற்பனையை அதிகரிக்க
- (ஆ) பொழுதுபோக்கை மேன்மைப் படுத்துவதற்கு
- (இ) சுற்றுலாவை மேன்மைப்படுத்த
- (ஈ) சுற்றுலா விளம்பரத்தை அதிகரிக்க



Tourism related exhibition is arranged

- (a) to promote sale of food
- (b) to promote entertainment
- (c) to promote tourism
- (d) to promote tourism advertisement

6. சுற்றுலாப் பொருளானது

- (அ) விரைவில் அழியக்கூடியது
- (ஆ) விலை உயர்ந்தது
- (இ) நீடிக்க கூடியது
- (ஈ) மாறுபடக் கூடியது

Tourism products are

- (a) highly perishable (b) valuable
- (c) durable (d) variable

7. கீழ்க்கண்டவற்றுள் எது சரியான கூற்று

- (அ) சீரான சுற்றுலா முன்கணிப்பு நீர்வாசிக்கு அதிக லாபத்தைத் தரும்
- (ஆ) சரியான சுற்றுலா முன்கணிப்பு சுற்றுலா பொருள் தேவையை அதிகரிக்கச் செய்யாது
- (இ) இந்திய ரயில்வேத்துறை விடுமுறைக் காலத்தில் சிறப்பு இரயில் சேவையை செய்யாது
- (ஈ) சுற்றுலா முன்கணிப்பு சுற்றுலாவின் வளர்ச்சிக்கு உறுதுணையாகாது

Page 4 Code No. : 40724

Which of the following is a correct statement

- (a) systematic tourism forecasting helps the managers to maximise their profits
- (b) The accurate forecasting does not help for tourism product demands
- (c) The Indian Railways does not operate special train during the vacations
- (d) Forecasting does not help tourism industry

8. சுற்றுலா மையத் தாங்கும் அளவு ஆராய்ச்சியின் நோக்கம்

- (அ) பெரும் சுற்றுலாவை வளர்த்தல்
- (ஆ) கலாச் சார சுற்றுலாவை மேன்மைப்படுத்துதல்
- (இ) சுற்றுக்குழல் சுற்றுலாவை மேன்மைப்படுத்துதல்
- (ஈ) உயிரினங்கள் வாழும் இடத்தின் அளவை அறிந்து சுற்றுலாவை விரிவாக்குதல்

The purpose of carrying capacity of Tourism product analysis is

- (a) to develop mass tourism
- (b) to develop cultural tourism
- (c) to develop ecotourism
- (d) to develop tourism within the capacity of ecosystem

Page 5 Code No. : 40724



9. கீழ்க்கண்டவற்றுள் எது சுற்றுலா மக்கள்த் தொடர்பை ஏற்படுத்துவதற்கான நுணுக்கம்

- (அ) செய்தித் தாளில் செய்தியை வழங்குவது
- (ஆ) விழாக்களை ஏற்படுத்துவது
- (இ) விளையாட்டு போட்டிகளை ஏற்பாடு செய்வது
- (ஈ) அழகுப் போட்டியை நடத்துவது

One of the following is the main tool of the public relations in tourism

- (a) organising press releases
- (b) organising festivals
- (c) arranging sports
- (d) arranging beauty context

10. இந்திய சுற்றுலா முன்னேற்றக் கழகம் கேள்வித் தொகுப்பு முறையை கடை பிடிப்பது எதை அறிந்து கொள்வதற்கு

- (அ) எத்தனை நபர்கள் வருகைத் தந்துள்ளனர்
- (ஆ) வருகைத் தருபவர்களின் விவரங்களை அறிந்து கொள்ள
- (இ) இந்தியாவின் பாரம்பரியத்தை அறிய
- (ஈ) இந்தியாவின் கலாச்சாரத்தை அறிந்து கொள்ள

The questionnaire method is used by the Indian Tourism Development Corporation to know

- (a) the number of visitors arrived
- (b) the visitor's profile
- (c) the cultural heritage of India
- (d) the cultural condition of India

PART B — (5 × 5 = 25 marks)

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

Answer should not exceed 250 words.

11. (அ) சுற்றுலா சந்தையை எவ்வாறு பிரிக்கலாம்?

How does identify the tourism marketing segments?

Or

(ஆ) சுற்றுலாப் பொருட்களின் சிறப்புத் தன்மைகளை வெளிப்படுத்துக.

Bring out the peculiarities of the tourist products.



12. (அ) சுற்றுலாத் தொடர்பான விளம்பரங்களின் நன்மைகள் யாவை?

What are the benefits of tourism related advertisements?

Or

- (ஆ) சுவரொட்டி விளம்பரங்கள் எவ்வாறு சுற்றுலா சந்தையை மேன்மைப்படுத்த உதவுகிறது?

How does the display of posters help for tourism marketing?

13. (அ) சுற்றுலாப் பொருட்களை விற்பனை செய்வதற்கு தேவையான நுணுக்கங்களை கூறுக.

Highlight the techniques required in the sale of tourist product.

Or

- (ஆ) சுற்றுலாப் பொருள் பகர்ந்தளிப்பதன் குண அம்சங்களை சுருக்கமாக எழுதுக.

Briefly write the characteristics of the tourist product distribution.

14. (அ) விற்பனை முன்னறிவிப்பின் அம்சங்களை குறிப்பிடுக.

Mention the essentials of the sales forecasting.

Or

Page 8 Code No. : 40724

- (ஆ) சுற்றுலா மைய தாங்கும் அளவு ஆராய்ச்சி எவ்வாறு நிலையான வளர்ச்சிக்கு உதவுகிறது?

How does Tourism carrying capacity analysis lead to sustainable development?

15. (அ) சுற்றுலாவில் மக்கள்த் தொடர்பின் அடிப்படை குறிக்கோள்களைப் பற்றி சுருக்கமாக எழுதுக.

Write briefly the basic principles of Public Relations in Tourism.

Or

- (ஆ) சுற்றுலா சந்தைத் தொடர்பான ஆய்வை மேற்கொள்வதற்கு தேவையான நுணுக்கங்களை குறிப்பிடுக.

Give an account of the skills required for marketing research in tourism.

PART C — (5 × 8 = 40 marks)

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

Answer should not exceed 600 words.

16. (அ) சுற்றுலா சந்தை எவ்வாறு மற்ற சந்தையிலிருந்து வேறுபடுகிறது?

How does tourism marketing differ from other marketing system?

Or

- (ஆ) சுற்றுலா சந்தைச் செயல்திட்டம் பற்றி விவாதி.

Discuss the marketing strategies in tourism.

Page 9 Code No. : 40724



17. (அ) சுற்றுலாத் தொடர்பான விளம்பரம் செய்வதற்கு திட்டமிடுதலின் முக்கியத்துவத்தை திறனாய்வு செய்க.

Analyse the importance of planning for tourism related advertisement.

Or

- (ஆ) எதன் அடிப்படையில் சுற்றுலா சந்தையை விரிவாக்கம் செய்வதற்கான விளம்பர முகவர்களை தேர்வு செய்கின்றனர்.

What are the criteria for identifying advertising agencies in tourism marketing?

18. (அ) சுற்றுலாப் பொருட்களை பகிர்ந்தளிக்கும் அமைப்புகளின் பணிகளை விவரி.

Describe the functions of the Tourism products distribution channels.

Or

- (ஆ) சுற்றுலா பொருட்களை விற்பனை செய்வதில் மாநாடுகளின் பங்களிப்பைக் குறிப்பிடுக.

Give an account of the importance of the conventions in the sale of the tourist products.

19. (அ) சுற்றுலா விற்பனை முன்னறிவிப்பினை நிர்ணயிக்கும் காரணிகளை விவாதி.

Discuss the determinants of tourism sales forecasting.

Or

- (ஆ) சுற்றுலா மையம் தாங்கும் அளவு மதிப்பினை கண்டறியும் வழிமுறைகளை பகுத்தாய்வு செய்க.

Analyse the methods of assessment of tourism carrying capacity.

20. (அ) சுற்றுலாச் சந்தை ஆராய்ச்சியின் பல்வேறு நிலையைப் பற்றிக் கட்டுரை வரைக.

Write an essay on the marketing research process in tourism.

Or

- (ஆ) சுற்றுலா சந்தை ஆய்வுத் தொடர்பான தகவல்களை சேகரிப்பதற்கான வழிமுறைகள் யாவை?

What are the methods of collecting the data for marketing research in tourism?

