

A-8942

Sub. Code
4BCSA1

U.G. DEGREE EXAMINATION, NOVEMBER 2019

Corporate Secretaryship

Allied — TOURISM MARKETING

(CBCS – 2014 onwards)

Time : 3 Hours

Maximum : 75 Marks

Part A

(10 × 2 = 20)

Answer **all** questions.

1. What is eco-tourism?
சுற்றுச் சூழல் சுற்றுலா என்பது யாது?
2. What is medical tourism?
மருத்துவ சுற்றுலா என்றால் என்ன?
3. List out the reasons for growth of tourism.
சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கான காரணங்களை பட்டியலிடுக.
4. What is package tour?
தொகுப்புச் சுற்றுலா என்பது யாது?
5. What is skim the cream pricing?
கடைந்தெடுக்கும் விலை என்பது யாது?
6. What is product in tourism marketing?
சுற்றுலா சந்தையிடுகையில் பொருள் என்பது யாது?

7. Who is a travel guide?

பயண வழிகாட்டி என்பவர் யார்?

8. Who are the middlemen in tourism industry?

சுற்றுலாத் துறையில் இடைத்தரகர் என்பவர் யார்?

9. State the need for tourism advertising.

சுற்றுலா துறையில் விளம்பரத்திற்கான தேவையைக் குறிப்பிடுக.

10. What are budget hotels?

திட்ட விடுதிகள் என்பவை யாவை?

Part B

(5 × 5 = 25)

Answer **all** questions.

11. (a) State the purpose of tourism marketing.

சுற்றுலா சந்தையிடுகையின் அவசியத்தைக் குறிப்பிடுக.

Or

(b) What are the motives of tourists?

சுற்றுலா பயணியர்களின் எதிர்பார்ப்புகள் யாவை?

12. (a) Critically evaluate “Incredible India” Campaign.

“வியக்கவைக்கும் இந்தியா” விளம்பர பிரச்சாரத்தினை விமர்சிக்க.

Or

(b) What are the challenges involved in package tour?

தொகுப்பு சுற்றுலாவில் உள்ள சவால்கள் யாவை?

13. (a) Explain differential pricing in tourism marketing.

சுற்றுலா சந்தையிடுகையில் வேறுபட்ட விலை நிர்ணயம் என்பதை விளக்குக.

Or

- (b) What are demand-oriented and competition-oriented pricing methods in tourism marketing?

சுற்றுலா சந்தையிடுகையில் தேவை சார்ந்த மற்றும் போட்டியாளர் சார்ந்த விலைக் கொள்கைகள் யாவை?

14. (a) State the factors influencing the choice of channel of distribution.

வழங்கல் வழிகளைத் தேர்ந்தெடுத்தலை நிர்ணயிக்கும் காரணிகளைக் குறிப்பிடுக.

Or

- (b) How would you design a travel agency office?

பயண முகவாண்மை அலுவலத்தை நீவிர் எங்ஙனம் வடிவமைப்பாய்?

15. (a) What is the need and importance of advertising in tourism marketing?

சுற்றுலா சந்தையிடுகையின் தேவை மற்றும் முக்கியத்துவம் யாது?

Or

- (b) What are the steps involved in the sales sequence of tourism marketing?

சுற்றுலா சந்தையிடுகையில் விற்பனை வரிசைப்படுத்துதலின் படிநிலைகள் யாவை?

Part C

(3 × 10 = 30)

Answer any **three** questions.

16. Briefly explain the different kinds of tourism.

சுற்றுலா வகைகளை சுருக்கமாக விளக்குக.

17. Discuss the different phases of Product Life Cycle and its implications on tourism marketing.

சுற்றுலா சந்தையிடுகையின் பொருள் வாழ்க்கைச் சக்கரத்தின் நிலைகளையும் அவற்றின் மீதான தாக்கங்களையும் விவாதிக்க.

18. What are the factors influencing tourism pricing policies?

சுற்றுலா விலைச் கொள்கைகளை நிர்ணயிக்கும் காரணிகள் யாவை?

19. What are the functions of travel agency?

பயண முகவாண்மையின் பணிகள் யாவை?

20. What factors would you consider in selection of advertisement media for tourism marketing?

சுற்றுலா சந்தையிடுகையில் விளம்பர ஊடகங்களைத் தெரிவு செய்வதற்கு கருத்தில் கொள்ள வேண்டிய காரணிகள் யாவை?