

**D-2593**

**Sub. Code**

**11**

**DISTANCE EDUCATION**

**COMMON FOR M.B.A./M.B.A.(G)/IB/B&F/CS/PM/HM/  
HRM/T/EM/RM/TM/LM/CM/FM/MM/SM/P&OM/Coop.Mgt.  
DEGREE EXAMINATION, MAY 2026.**

**First Semester**

**MANAGEMENT – PRINCIPLES AND PRACTICES**

**(CBCS 2018-19/2023-24 Academic Year Onwards)**

**Time : Three hours**

**Maximum : 75 marks**

**SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)**

**Answer ALL the questions.**

1. Define is management.

மேலாண்மை என்றால் என்ன?

2. Who is known as the father of scientific management?

அறிவியல் மேலாண்மையின் தந்தை என்று அழைக்கப்படுபவர் யார்?

3. What is MBO?

MBO என்றால் என்ன?

4. What is decision making?

முடிவெடுப்பது என்றால் என்ன?

5. What is organizing?

ஏற்பாடு செய்வது என்றால் என்ன?

6. Define span of control.

கட்டுப்பாட்டு பரப்பளவை வரையறுக்கவும்.

7. What is motivation?

உந்துதல் என்றால் என்ன?

8. Define leadership.

தலைமைத்துவத்தை வரையறுக்கவும்.

9. What is communication?

தொடர்பு என்றால் என்ன?

10. What is coordination?

ஒருங்கிணைப்பு என்றால் என்ன?

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

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

11. (a) Explain the definition and nature of management.

மேலாண்மையின் வரையறை மற்றும் தன்மையை விளக்குங்கள்.

Or

(b) Write about Elton Mayo and the Hawthorne experiments.

எல்டன் மேயோ மற்றும் ஹாதோரின் சோதனைகள் பற்றி எழுதுங்கள்.

12. (a) Define planning and state its importance.

திட்டமிடலை வரையறுத்து அதன் முக்கியத்துவத்தை கூறு.

Or

(b) Describe the decision-making process under certainty.

நிச்சயத்தன்மையின் கீழ் முடிவெடுக்கும் செயல்முறையை விவரிக்கவும்.

13. (a) Define organizing and explain its nature.

ஒழுங்கமைப்பை வரையறுத்து அதன் தன்மையை விளக்குங்கள்.

Or

(b) Define organizational structure and its components.

நிறுவன அமைப்பு மற்றும் அதன் கூறுகளை வரையறுக்கவும்.

14. (a) What is staff authority and empowerment?

பணியாளர் அதிகாரம் மற்றும் அதிகாரமளித்தல் என்றால் என்ன?

Or

(b) Define motivation and explain its importance.

உந்துதலை வரையறுத்து அதன் முக்கியத்துவத்தை விளக்குங்கள்.

15. (a) Explain Maslow's hierarchy of needs theory.

மாஸ்லோவின் தேவைகளின் படிநிலைக் கோட்பாட்டை விளக்குங்கள்.

Or

(b) What is leadership? Describe its importance.

தலைமைத்துவம் என்றால் என்ன? அதன் முக்கியத்துவத்தை விவரிக்கவும்.

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Define controlling and explain its objectives.

கட்டுப்படுத்துதலை வரையறுத்து அதன் நோக்கங்களை விளக்குங்கள்.

17. Explain the concept of integrated control.

ஒருங்கிணைந்த கட்டுப்பாடு என்ற கருத்தை விளக்குங்கள்.

18. Describe the principles of management by Henri Fayol.

ஹென்றி ஃபயோலின் மேலாண்மைக் கொள்கைகளை விவரிக்கவும்.

19. What is the difference between a leader and a manager?

ஒரு தலைவருக்கும் மேலாளருக்கும் என்ன வித்தியாசம்?

20. Describe the role of organizational culture in ethics.

நெறிமுறைகளில் நிறுவன கலாச்சாரத்தின் பங்கை விவரிக்கவும்.

---

**D-2594**

**Sub. Code**

**12**

**DISTANCE EDUCATION**

**COMMON FOR M.B.A./M.B.A.(G)/IB/B&F/CS/PM/HM/RM/  
HRM/T/EM/TM/LM/CM/FM/MM/SM/P&OM/Co.op. Mgt.  
DEGREE EXAMINATION, MAY 2026.**

**First Semester**

**ORGANIZATIONAL BEHAVIOUR**

**(CBCS 2018-19/2023-24 Academic Year Onwards)**

**Time : Three hours**

**Maximum : 75 marks**

**SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)**

**Answer ALL the questions.**

1. Define Organizational Behaviour.  
நிறுவன நடத்தையை வரையறுக்க.
2. What are emotions?  
உணர்ச்சிகள் என்றால் என்ன?
3. Define group cohesiveness.  
குழு ஒருங்கிணைப்பை வரையறுக்கவும்.
4. Define political Behaviour.  
அரசியல் நடத்தையை வரையறுக்கவும்.
5. Define organizational climate.  
நிறுவன சூழலை வரையறுக்கவும்.
6. What is organizational culture?  
நிறுவன கலாச்சாரம் என்றால் என்ன?

7. What is non-verbal communication?

சொற்கள் அல்லாத தொடர்பு என்றால் என்ன?

8. Define homogeneity in culture.

கலாச்சாரத்தில் ஒருமைப்பாட்டை வரையறுக்கவும்.

9. What is organizational development (OD)?

நிறுவன மேம்பாடு (OD) என்றால் என்ன?

10. What is proactive change?

முன்கூட்டிய மாற்றம் என்றால் என்ன?

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

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

11. (a) Describe the elements of OB.

OB இன் கூறுகளை விவரிக்கவும்.

Or

(b) Explain the structure of personality.

ஆளுமையின் அமைப்பை விளக்குங்கள்.

12. (a) Explain the components of Emotional Intelligence.

உணர்வுசார் நுண்ணறிவின் கூறுகளை விளக்குங்கள்.

Or

(b) Define learning and list its importance in OB.

கற்றலை வரையறுத்து, OB-யில் அதன் முக்கியத்துவத்தை பட்டியலிடுங்கள்.

13. (a) Describe the role of power in decision making.  
முடிவெடுப்பதில் அதிகாரத்தின் பங்கை விவரிக்கவும்.

Or

- (b) Explain the concept of power centres in organizations.  
நிறுவனங்களில் அதிகார மையங்களின் கருத்தை விளக்குங்கள்.

14. (a) Explain the causes of political behaviour in organizations.  
நிறுவனங்களில் அரசியல் நடத்தைக்கான காரணங்களை விளக்குங்கள்.

Or

- (b) Explain the impact of politics on team performance.  
அணியின் செயல்திறனில் அரசியலின் தாக்கத்தை விளக்குங்கள்.

15. (a) Describe the conflict process in organizations.  
நிறுவனங்களில் மோதல் செயல்முறையை விவரிக்கவும்.

Or

- (b) Describe the approaches to improving organizational climate.  
நிறுவன சூழலை மேம்படுத்துவதற்கான அணுகுமுறைகளை விவரிக்கவும்.

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Describe the major trends and challenges in OB.

OB-யின் முக்கிய போக்குகள் மற்றும் சவால்களை விவரிக்கவும்.

17. Explain in detail the development of personality.

ஆளுமை வளர்ச்சியை விரிவாக விளக்குங்கள்.

18. Explain the components and functions of organizational culture.

நிறுவன கலாச்சாரத்தின் கூறுகள் மற்றும் செயல்பாடுகளை விளக்குங்கள்.

19. Discuss different types of communication in organizations.

நிறுவனங்களில் பல்வேறு வகையான தொடர்புகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

20. Explain the causes and types of organizational change.

நிறுவன மாற்றத்திற்கான காரணங்கள் மற்றும் வகைகளை விளக்குங்கள்.

---

**D-2595**

**Sub. Code**

**13**

**DISTANCE EDUCATION**

**COMMON FOR M.B.A./M.B.A.(G)/IB/B&F/CS/PM/HM/  
HRM/T/EM/RM/TM/LM/CM/FM/MM/SM/P&OM/Co.op. Mgt.  
DEGREE EXAMINATION, MAY 2026.**

**First Semester**

**MANAGERIAL ECONOMICS**

**(CBCS 2018-19/2023-24 Academic Year Onwards)**

**Time : Three hours**

**Maximum : 75 marks**

**SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)**

**Answer ALL the questions.**

1. What is managerial economics?  
மேலாண்மை பொருளாதாரம் என்றால் என்ன?
2. Define consumer Behaviour.  
நுகர்வோர் நடத்தையை வரையறுக்கவும்.
3. What is demand analysis?  
தேவை பகுப்பாய்வு என்றால் என்ன?
4. Define supply analysis.  
விநியோக பகுப்பாய்வை வரையறுக்கவும்.
5. What is the meaning for production?  
உற்பத்தி என்பதன் பொருள் என்ன?
6. Define monopoly.  
ஏகபோகத்தை வரையறுக்கவும்.

7. What is skimming pricing?

ஸ்கிம்மிங் விலை நிர்ணயம் என்றால் என்ன?

8. Define wealth maximization.

செல்வத்தை அதிகப்படுத்துவதை வரையறுக்கவும்.

9. Mention any two macro-economic factors.

ஏதேனும் இரண்டு பெரிய பொருளாதார காரணிகளைக் குறிப்பிடவும்.

10. What is national income?

தேசிய வருமானம் என்றால் என்ன?

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

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

11. (a) Explain the nature of managerial economics.

மேலாண்மை பொருளாதாரத்தின் தன்மையை விளக்குங்கள்.

Or

(b) State the role of managerial economics in decision.

முடிவெடுப்பதில் மேலாண்மை பொருளாதாரத்தின் பங்கைக் கூறுக.

12. (a) State about determinants of demand.

தேவையை நிர்ணயிக்கும் காரணிகளைப் பற்றி கூறுங்கள்.

Or

(b) Explain determinants of supply.

விநியோகத்தை நிர்ணயிக்கும் காரணிகளை விளக்குங்கள்.

13. (a) State the managerial uses of production function.  
உற்பத்தி செயல்பாட்டின் மேலாண்மைப் பயன்பாடுகளைக் கூறுக.

Or

- (b) Write short note about market equilibrium.  
சந்தை சமநிலை பற்றி ஒரு குறிப்பு எழுதுங்கள்.
14. (a) Explain about cost output relationship.  
செலவு வெளியீட்டு உறவைப் பற்றி விளக்குங்கள்.

Or

- (b) Write short note about government control over pricing.  
விலை நிர்ணயத்தின் மீதான அரசாங்கக் கட்டுப்பாடு பற்றி ஒரு சிறு குறிப்பு எழுதுங்கள்.
15. (a) Explain the nature of macro-economic factors.  
பெரும் பொருளாதார காரணிகளின் தன்மையை விளக்குங்கள்.

Or

- (b) Write short introduction about national income.  
தேசிய வருமானம் பற்றிய சிறு அறிமுகம் எழுதுங்கள்.

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Explain scope of management economics.  
மேலாண்மை பொருளாதாரத்தின் நோக்கத்தை விளக்குங்கள்.
17. Discuss about elasticity of demand.  
தேவையின் நெகிழ்ச்சி பற்றி விவாதிக்கவும்.

18. Explain pricing and output decisions under different competitive condition.

வெவ்வேறு போட்டி நிலைமைகளின் கீழ் விலை நிர்ணயம் மற்றும் வெளியீட்டு முடிவுகளை விளக்குங்கள்.

19. Explain various theories of profit.

லாபத்தின் பல்வேறு கோட்பாடுகளை விளக்குங்கள்.

20. Discuss the recent development in Indian economy.

இந்தியப் பொருளாதாரத்தின் சமீபத்திய வளர்ச்சியைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

---

**D-2596**

**Sub. Code**

**14**

**DISTANCE EDUCATION**

Common for M.B.A./M.B.A.(G)/IB/B&F/CS/PM/HM/  
HRM/T/EM/RM/TM/LM/CM/FM/MM/SM/P&OM/Co.op.Mgt  
DEGREE EXAMINATION, MAY 2026.

First Semester

**QUANTITATIVE TECHNIQUES**

(CBCS-2018 – 2019/2023 – 2024 Academic Year Onwards)

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

**PART A — (10 × 2 = 20 marks)**

Answer ALL the questions.

1. Define quantitative analysis.

அளவு பகுப்பாய்வை வரையறுக்கவும்.

2. What is the objective function in optimization?

உகப்பாக்கத்தில் புறநிலை செயல்பாடு என்ன?

3. Name different types of charts used in data presentation.

தரவு விளக்கக்காட்சியில் பயன்படுத்தப்படும் பல்வேறு வகையான விளக்கப்படங்களைக் குறிப்பிடவும்.

4. State the purpose of regression in statistics.

புள்ளிவிவரங்களில் பின்னடைவின் நோக்கத்தைக் குறிப்பிடவும்.

5. Illustrate the application of probability in risk analysis.

இடர் பகுப்பாய்வில் நிகழ்தகவின் பயன்பாட்டை விளக்கவும்.

6. Relate how types of probability are used in forecasting.

முன்னறிவிப்பில் நிகழ்தகவு வகைகள் எவ்வாறு பயன்படுத்தப்படுகின்றன என்பதைத் தெரிவிக்கவும்.

7. List any two applications of operations research in management.

நிர்வாகத்தில் செயல்பாட்டு ஆராய்ச்சியின் ஏதேனும் இரண்டு பயன்பாடுகளை பட்டியலிடவும்.

8. Interpret a Gantt chart used in scheduling operations.

செயல்பாடுகளை திட்டமிடுவதில் பயன்படுத்தப்படும் Gantt விளக்கப்படத்தை விளக்குங்கள்.

9. Categorize the types of decision-making environments.

முடிவெடுக்கும் சூழல்களின் வகைகளை வகைப்படுத்தவும்.

10. What is decision under risk?

ஆபத்தின் கீழ் முடிவு என்றால் என்ன?

PART B — (5 × 5 = 25 marks)

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

11. (a) The test scores of 15 students were given below:

56, 67, 45, 56, 78, 56, 90, 72, 83, 56, 45, 67, 72, 67, 89

Compute the following measures of central tendency.

(i) Mean

(ii) Median

(iii) Mode

15 மாணவர்களின் தேர்வு மதிப்பெண்கள் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளன:

56, 67, 45, 56, 78, 56, 90, 72, 83, 56, 45, 67, 72, 67, 89

மையப் போக்கின் பின்வரும் அளவீடுகளைக் கணக்கிடுங்கள்.

- (i) சராசரி
- (ii) இடைநிலை
- (iii) பயன்முறை

Or

- (b) Distinguish between linear and non-linear functions with real-life examples.

நிஜ வாழ்க்கை எடுத்துக்காட்டுகளுடன் நேரியல் மற்றும் நேரியல் அல்லாத செயல்பாடுகளை வேறுபடுத்துங்கள்.

12. (a) One kind of cake requires 200 g of flour and 25 g of fat, and another kind of cake requires 100 g of flour and 50 g of fat Find the maximum number of cakes that can be made from 5 kg of flour and 1 kg of fat assuming that there is no shortage of the other ingredients, used in making the cakes.

ஒரு வகையான கேக்கிற்கு 200 கிராம் மாவு மற்றும் 25 கிராம் கொழுப்பு தேவைப்படுகிறது. மற்றொரு வகையான கேக்கிற்கு 100 கிராம் மாவு மற்றும் 50 கிராம் கொழுப்பு தேவைப்படுகிறது. கேக்குகள் தயாரிப்பதில் பயன்படுத்தப்படும் பிற பொருட்களுக்கு பற்றாக்குறை இல்லை என்று கருதி, 5 கிலோ மாவு மற்றும் 1 கிலோ கொழுப்பிலிருந்து தயாரிக்கக்கூடிய அதிகபட்ச கேக்குகளின் எண்ணிக்கையைக் கண்டறியவும்.

Or

- (b) A company has three production facilities S1, S2 and S3 with production capacity of 7, 9 and 18 units (in 100s) per week of a product, respectively. These units are to be shipped to four warehouses D1, D2, D3 and D4 with requirement of 5, 8, 7 and 14 units (in 100s) per week, respectively. The transportation costs (in rupees) per unit between factories to warehouses are given in the table below:

	D1	D2	D3	D4	Supply (availability)
S1	19	30	50	10	7
S2	70	30	40	60	9
S3	40	8	70	20	18
Demand (Requirement)	5	8	7	14	34

Use North-West Corner Method (NWCM) to find an initial basic feasible solution to the transportation problem.

ஒரு நிறுவனத்திற்கு வாரத்திற்கு 7, 9 மற்றும் 18 அலகுகள் (100 வினாடிகளில்) உற்பத்தி திறன் கொண்ட S1, S2 மற்றும் S3 ஆகிய மூன்று உற்பத்தி வசதிகள் உள்ளன. இந்த அலகுகள் வாரத்திற்கு முறையே 5, 8, 7 மற்றும் 14 அலகுகள் (100 வினாடிகளில்) தேவைப்படும் D1, D2, D3 மற்றும் D4 ஆகிய நான்கு கிடங்குகளுக்கு அனுப்பப்பட வேண்டும்.

தொழிற்சாலைகள் மற்றும் கிடங்குகளுக்கு இடையே ஒரு யூனிட்டுக்கு போக்குவரத்து செலவுகள் (ரூபாயில்) கீழே உள்ள அட்டவணையில் கொடுக்கப்பட்டுள்ளன:

	D1	D2	D3	D4	வழங்கல் (கிடைக்கும் தன்மை)
S1	19	30	50	10	7
S2	70	30	40	60	9
S3	40	8	70	20	18
தேவை	5	8	7	14	34

போக்குவரத்து சிக்கலுக்கு ஆரம்ப அடிப்படை சாத்தியமான தீர்வைக் கண்டறிய வடமேற்கு மூலை முறையை (NWCM) பயன்படுத்தவும்.

13. (a) Differentiate between discrete and continuous probability distributions.

தனித்தனி மற்றும் தொடர்ச்சியான நிகழ்தகவு விநியோகங்களுக்கு இடையில் வேறுபடுத்துங்கள்.

Or

- (b) Interpret how probability distributions are used in operations management and forecasting.

செயல்பாட்டு மேலாண்மை மற்றும் முன்னறிவிப்பில் நிகழ்தகவு விநியோகங்கள் எவ்வாறு பயன்படுத்தப்படுகின்றன என்பதை விளக்குங்கள்.

14. (a) Evaluate the effect of job sequencing on throughput and bottleneck identification in a flow shop system. Use a flow diagram and example to support your answer.

ஒரு ஓட்ட கடை அமைப்பில் செயல்திறன் மற்றும் தடையை அடையாளம் காண்பதில் வேலை வரிசைமுறையின் விளைவை மதிப்பிடுங்கள். உங்கள் பதிலை ஆதரிக்க ஒரு ஓட்ட வரைபடம் மற்றும் உதாரணத்தைப் பயன்படுத்தவும்.

Or

- (b) In a service centre, 6 jobs arrive at different times. Using Earliest Due Date (EDD) rule, sequence the jobs to minimize tardiness. Provide a detailed solution.

ஒரு சேவை மையத்தில், 6 வேலைகள் வெவ்வேறு நேரங்களில் வருகின்றன. ஆரம்ப கால தேதி (EDD) விதியைப் பயன்படுத்தி, தாமதத்தைக் குறைக்க வேலைகளை வரிசைப்படுத்துங்கள். ஒரு விரிவான தீர்வை வழங்கவும்.

15. (a) A single-server queue has a Poisson arrival rate of 6 customers/hour and an exponential service rate of 8 customers/hour. Calculate the average number of customers in the system and the average time a customer spends in the queue.

ஒரு ஒற்றை-சேவையக வரிசையில் 6 வாடிக்கையாளர்கள்/மணிநேரம் என்ற பாய்சன் வருகை விகிதம் மற்றும் 8 வாடிக்கையாளர்கள்/மணிநேரம் என்ற அதிவேக சேவை விகிதம் உள்ளது. அமைப்பில் உள்ள வாடிக்கையாளர்களின் சராசரி எண்ணிக்கையையும் ஒரு வாடிக்கையாளர் வரிசையில் செலவிடும் சராசரி நேரத்தையும் கணக்கிடுங்கள்.

Or

- (b) Discuss the limitations of decision trees in real-world strategic decisions. How can these limitations be mitigated?

நிஜ உலக மூலோபாய முடிவுகளில் முடிவு மரங்களின் வரம்புகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும். இந்த வரம்புகளை எவ்வாறு குறைக்க முடியும்?

PART C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Critically assess the role of marginal cost and marginal revenue analysis in short-term versus long-term profit maximization strategies.

குறுகிய கால மற்றும் நீண்ட கால இலாப அதிகரிப்பு உத்திகளில் விளிம்பு செலவு மற்றும் விளிம்பு வருவாய் பகுப்பாய்வின் பங்கை விமர்சன ரீதியாக மதிப்பிடுங்கள்.

17. Find solution using Simplex method

$$\text{Max } Z = 3x_1 + 5x_2 + 4x_3$$

subject to

$$2x_1 + 3x_2 \leq 8$$

$$2x_2 + 5x_3 \leq 10$$

$$3x_1 + 2x_2 + 4x_3 \leq 15$$

$$\text{and } x_1, x_2, x_3 \geq 0$$

சிம்பளக்ஸ் முறையைப் பயன்படுத்தி தீர்வைக் கண்டறியவும்.

$$\text{Max } Z = 3x_1 + 5x_2 + 4x_3$$

subject to

$$2x_1 + 3x_2 \leq 8$$

$$2x_2 + 5x_3 \leq 10$$

$$3x_1 + 2x_2 + 4x_3 \leq 15$$

$$\text{and } x_1, x_2, x_3 \geq 0$$

18. A company has yachts that can only be hired for a week at a time. All hiring starts on a Saturday. During the winter the mean number of yachts hired per week is 5.

- (a) Calculate the probability that fewer than 3 yachts are hired on a particular Saturday in winter. During the summer the mean number of yachts hired per week increases to 25. The company has only 30 yachts for hire.

- (b) Using a suitable approximation find the probability that the demand for yachts cannot be met on a particular Saturday in the summer.

In the summer there are 16 Saturdays on which a yacht can be hired.

- (c) Estimate the number of Saturdays in the summer that the company will not be able to meet the demand for yachts.

ஒரு நிறுவனத்தில் ஒரு வாரத்திற்கு மட்டுமே வாடகைக்கு விடக்கூடிய படகுகள் உள்ளன. அனைத்து பணியமர்த்தலும் ஒரு சனிக்கிழமையில் தொடங்குகிறது. குளிர்காலத்தில் வாரத்திற்கு வாடகைக்கு விடப்படும் படகுகளின் சராசரி எண்ணிக்கை 5 ஆகும்.

(அ) குளிர்காலத்தில் ஒரு குறிப்பிட்ட சனிக்கிழமை 3க்கும் குறைவான படகுகள் பணியமர்த்தப்படுவதற்கான நிகழ்தகவைக் கணக்கிடுங்கள். கோடையில் வாரத்திற்கு வாடகைக்கு விடப்படும் படகுகளின் சராசரி எண்ணிக்கை 25 ஆக அதிகரிக்கிறது. நிறுவனத்திடம் வாடகைக்கு 30 படகுகள் மட்டுமே உள்ளன.

(ஆ) பொருத்தமான தோராயத்தைப் பயன்படுத்தி கோடையில் ஒரு குறிப்பிட்ட சனிக்கிழமை படகுகளுக்கான தேவையை பூர்த்தி செய்ய முடியாத நிகழ்தகவைக் கண்டறியவும். கோடையில் 16 சனிக்கிழமைகளில் ஒரு படகு பணியமர்த்தப்படலாம்.

(இ) கோடையில் எத்தனை சனிக்கிழமைகளில் நிறுவனம் படகுகளுக்கான தேவையை பூர்த்தி செய்ய முடியாது என்பதை மதிப்பிடுங்கள்.

19. A company is managing a construction project consisting of 5 sequential tasks. The project manager wants to estimate the probability that the project will be completed within 180 days (6 months) using Monte Carlo simulation. For each task, the duration is uncertain and is modeled using probability distributions.

Each task's duration is assumed to follow a normal distribution with the following parameters:

Task	Mean Duration (Days)	Standard Deviation (Days)
T1	30	5
T2	40	8
T3	35	6
T4	45	7
T5	25	4

Calculate the probability that the total project duration will be  $\leq 180$  days.

ஒரு நிறுவனம் 5 தொடர்ச்சியான பணிகளைக் கொண்ட ஒரு கட்டுமானத் திட்டத்தை நிர்வகிக்கிறது. திட்ட மேலாளர் மான்டே கார்லோ உருவகப்படுத்துதலைப் பயன்படுத்தி 180 நாட்களுக்குள் (6 மாதங்கள்) திட்டம் முடிவடையும் நிகழ்தகவை மதிப்பிட விரும்புகிறார். ஒவ்வொரு பணிக்கும், கால அளவு நிச்சயமற்றது மற்றும் நிகழ்தகவு பரவல்களைப் பயன்படுத்தி மாதிரியாகக் கொண்டது.

ஒவ்வொரு பணியின் கால அளவும் பின்வரும் அளவுருக்களுடன் ஒரு சாதாரண பரவலைப் பின்பற்றுவதாகக் கருதப்படுகிறது:

பணி சராசரி	கால அளவு (நாட்கள்)	நிலையான விலகல் (நாட்கள்)
T1	30	5
T2	40	8
T3	35	6
T4	45	7
T5	25	4

மொத்த திட்ட காலம்  $\leq 180$  நாட்களாக இருக்கும் நிகழ்தகவைக் கணக்கிடுங்கள்.

20. At a coffee shop, customers arrive at a rate of 5 per minute. It takes an average of 10 seconds to serve each customer.

Questions:

- (a) Convert the service rate to per minute.  
(b) Calculate the average number of customers in the queue.  
(c) Calculate the average waiting time in the queue.

ஒரு காபி கடையில், வாடிக்கையாளர்கள் நிமிடத்திற்கு 5 பேர் என்ற விகிதத்தில் வருகிறார்கள். ஒவ்வொரு வாடிக்கையாளருக்கும் சேவை செய்ய சராசரியாக 10 வினாடிகள் ஆகும்.

- (அ) சேவை விகிதத்தை நிமிடத்திற்கு மாற்றவும்.  
(ஆ) வரிசையில் உள்ள வாடிக்கையாளர்களின் சராசரி எண்ணிக்கையைக் கணக்கிடவும்.  
(இ) வரிசையில் சராசரி காத்திருப்பு நேரத்தைக் கணக்கிடவும்.

**D-2597**

**Sub. Code**

**15**

**DISTANCE EDUCATION**

**COMMON FOR M.B.A./M.B.A.(G)/IB/B&F/CS/PM/HM/  
HRM/T/EM/RM/TM/LM/CM/FM/MM/SM/P&OM/Co.op. Mgt.  
DEGREE EXAMINATION, MAY 2026.**

**First Semester**

**FINANCIAL AND MANAGEMENT ACCOUNTING**

**(CBCS 2018 – 2019/2023 – 24 Academic Year Onwards)**

**Time : Three hours**

**Maximum : 75 marks**

**PART A — (10 × 2 = 20 marks)**

**Answer ALL questions.**

1. What are the two systems of Accounting or Book-keeping?  
கணக்கியல் அல்லது புத்தகப் பதிவுக்கான இரண்டு முறைமைகள் என்ன?
2. Give any three Objective of ratio analysis.  
விகித பகுப்பாய்வின் மூன்று நோக்கங்களை எழுதுக.
3. Write the rules of the Double Entry System.  
இரட்டை நுழைவு முறையின் விதிகளை எழுதுக.
4. What do you understand by "Subsidiary Books"?  
துணை புத்தகங்கள் என்றால் என்ன?
5. What is Suspense Account?  
சந்தேகக் கணக்கு என்றால் என்ன?

6. What is Fund?

நிதி என்றால் என்ன?

7. Define Working Capital

பணி மூலதனம் என்றால் வரையறை எழுதுக.

8. What are the essentials of making Budget?

திட்டப்பட்டியல் தயாரிப்பின் அம்சங்கள் என்ன?

9. What is Budgetary Control?

வரவு செலவு திட்டக்கட்டுப்பாடு என்றால் என்ன?

10. What are the tools of Management Accounting?

மேலாண்மை கணக்கியல் கருவிகள் என்ன?

PART B — (5 × 5 = 25 marks)

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

11. (a) Briefly explain the various Accounting Concepts.

கணக்கியல் கருத்துக்களை சுருக்கமாக விளக்குக.

Or

(b) Explain Cash Discount and Trade Discount.

ரொக்கம் தள்ளுபடி மற்றும் வர்த்தக தள்ளுபடியை விளக்குக.

12. (a) What are the types of Ratio Analysis? Explain in short notes.

விகிதப் பகுப்பாய்வின் வகைகள் என்ன? சுருக்கமாக விளக்குக.

Or

(b) The following data is furnished.

(i)	Working Capital	Rs. 45,000
(ii)	Current Ratio	2.5
(iii)	Liquidity Ratio	1.5
(iv)	Proprietary Ratio (Fixed assets to Proprietary funds)	0.75
(v)	Overdraft	Rs. 10,000
(vi)	Retained earnings	Rs. 30,000

Find Out:

- (1) Current Assets
- (2) Current Liabilities
- (3) Fixed Assets,
- (4) Stock.

கீழ்க்கண்ட தரவுகள் கொடுக்கப்பட்டுள்ளன:

(i)	பணி மூலதனம்	– ரூ. 45,000
(ii)	நடப்பு விகிதம்	– 2.5
(iii)	திரவ விகிதம்	– 1.5
(iv)	சொத்துக்களின் விகிதம் (நிலையான சொத்துக்கள்: சொத்துக்கள் நிதி)	– 0.75
(v)	அதிகபற்று	– ரூ. 10,000
(vi)	நிலுவை லாபம்	– ரூ. 30,000

கண்டறிய:

- (1) நடப்பு சொத்துகள்
- (2) நடப்பு கடன்கள்
- (3) நிலையான சொத்துகள்
- (4) சரக்கு.

13. (a) Write down the Uses and Limitations of Cash flow Statement.

வராக்கப் போக்குப் பட்டியல் பயன்பாடுகள் மற்றும் வரம்புகளை எழுதுக.

Or

- (b) What is a Funds Flow Statement? Examine its managerial uses.

நிதி போக்குப் பட்டியல் என்றால் என்ன? அதன் மேலாண்மை பயன்பாடுகளை ஆராய்க.

14. (a) The following data is given:

Fixed cost = Rs.12,000

Selling price = Rs.12 per unit

Variable cost = Rs.9 per unit

- (i) What will be the profit when sales are Rs.60,000 and Rs.1,00,000?  
(ii) What will be the amount of sales at desired to earn a profit of Rs. 6,000; and Rs. 15,000?

கீழ்க்கண்ட தரவுகள் கொடுக்கப்பட்டுள்ளன:

நிலையான செலவு = ரூ. 12,000

விற்பனை விலை = ரூ. 12 (ஒவ்வொன்றுக்கு)

மாறுபடும் செலவு = ரூ. 9 (ஒவ்வொன்றுக்கு)

- (i) விற்பனை ரூ. 60,000 மற்றும் ரூ. 1,00,000 என்ற அளவில் இலாபம் என்ன?  
(ii) இலாபம் ரூ. 6,000 மற்றும் ரூ. 15,000 அடைய வேண்டிய விற்பனை அளவு எவ்வளவு?

Or

(b) Calculate Material Variances.

	Standard	Actual
Material quantity	50 units	45 units
Material price per unit	1.00	0.80

பொருள் வேறுபாடுகளை கணக்கிடுக.

தரமான அளவு - 50 அலகுகள்

உண்மையான அளவு - 45 அலகுகள்

ஒரு அலகுக்கான பொருளின் விலை - ரூ. 1.00

உண்மையான விலை - ரூ. 0.80

15. (a) What are the Limitations of Budgetary Control?

வரவு செலவு திட்டக்கட்டுப்பாட்டின் குறைபாடுகள் என்ன?

Or

(b) Prepare a Flexible budget for overheads on the basis of the following data. Ascertain the overhead rates at 50% and 60% capacity.

Variable overheads	At 60% capacity (Rs)
Indirect Material	6,000
Labor	18,000
Semi - Variable overheads:	
Electricity: (40% Fixed & 60% Variable)	30,000
Repairs: (80% Fixed & 20% Variable)	3,000
Fixed Over Heads:	
Depreciation	16,500
Insurance	4,500
Salaries	15,000
Total overheads	93,000
Estimated direct labor hours	1,86,000

கீழ்க்கண்ட தரவுகளின் அடிப்படையில் உற்பத்திக்கான ஒவ்வொரு விகிதத்திற்கும் (50% மற்றும் 60%) மேற்செலவு விகிதங்களை கணக்கிட்டு ஒரு நெகிழ் வரவு செலவு திட்டம் (Flexible Budget) தயாரிக்கவும்:

மாறுபட்ட செலவுகள்	(60% திறன் அளவில்)
மறைமுக பொருள்	6,000
தொழிலாளர்	18,000
பகுதி மாறுபட்ட செலவுகள்:	
மின்சாரம் (40% நிலையானது, 60% மாறும்)	30,000
பழுது (80% நிலையானது, 20% மாறும்)	3,000
நிலையான செலவுகள்:	
கழிவு	16,500
காப்பீடு	4,500
சம்பளம்	15,000
மொத்த செலவுகள்	93,000
மதிப்பீடு செய்யப்பட்ட நேரடி தொழிலாளர் மணி நேரங்கள்	1,86,000

PART C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Explain the different types of cash book.  
வெவ்வேறு வகையான ரொக்கப் புத்தகங்களை விளக்குக.
17. From the following information, calculate the following ratios
  - (a) Current ratio
  - (b) Debt equity ratio
  - (c) Inventory turnover ratio

Information:

Revenue from operations (Net sales) Rs.5,00,000, opening inventory Rs.7,000, closing inventory Rs.4,000 more than the opening inventory, net purchase Rs.1,00,000 less than revenue from operations, operating expenses Rs.30,000, liquid assets Rs.75,000, prepaid expenses Rs.2,000, current liabilities Rs.60,000, 9% debentures Rs.3,00,000, long-term loan from bank Rs.1,00,000, equity share capital Rs.10,00,000 and 8% preference share capital Rs.2,00,000.

கீழ்க்கண்ட தகவல்களின் அடிப்படையில் விகிதங்களை கணக்கிடுக:

(அ) நடப்பு விகிதம்

(ஆ) கடன் விகிதம்

(இ) சரக்கு மாறுதல் விகிதம்

தகவல்கள்:

செயல்பாடுகளிலிருந்து வருமானம் - ரூ. 5,00,000

துவக்க சரக்கு - ரூ.7,000

முடிவுக் கால சரக்கு - துவக்கத்தை விட ரூ.4,000 அதிகம்

நடப்பு வருமானத்தை விட ரூ.1,00,000 நிகர கொள்முதல் குறைவு

செயல்பாட்டு செலவுகள் - ரூ.30,000

திரவ சொத்துகள் - ரூ.75,000

முன்கூட்டியே செலுத்தப்பட்ட செலவுகள் - ரூ.2,000

நடப்பு கடன்கள் - ரூ.60,000

9% கடனீட்டுப்பத்திரங்கள் - ரூ.3,00,000

வங்கியில் இருந்து நீண்டகால கடன் - ரூ.1,00,000

சாதாரண பங்கு மூலதனம் - ரூ.10,00,000

8% முன்னுரிமை பங்கு மூலதனம் - ரூ.2,00,000

18. Following are the balance sheets of a Vijay & son:

Liabilities	01.01.22	31.12.22	Assets	01.01.22	31.12.22
	Rs.	Rs.		Rs.	Rs.
Creditors	36,000	41,000	Cash	4,000	3,600
Loan from Partner	—	20,000	Debtor	35,000	38,400
Loan from Bank	30,000	25,000	Stock	25,000	22,000
Capital	1,48,000	1,49,000	Land	20,000	30,000
			Building	50,000	55,000
			Machinery	80,000	86,000
	<u>2,14,000</u>	<u>2,35,000</u>		<u>2,14,000</u>	<u>2,35,000</u>

During the year Rs. 26,000 paid as dividend. The provision made for depreciation against machinery as on 1.1.05 was Rs. 27,000 and on 31.12.05 Rs 36,000. Prepare a cash flow statement.

விஜய் & சன் நிறுவனத்தின் பின்வரும் இரண்டாண்டு நிலுவைப் பட்டியல்களின் அடிப்படையில் ரொக்க ஓட்ட அறிக்கை தயாரிக்கவும்.

பதவிகள் (பட்டுப்பட்டிகள்)	01.01.22 ரூ.	31.12.22 ரூ.	சொத்துக்கள்	01.01.22 ரூ.	31.12.22 ரூ.
கடனாளர்கள்	36,000	41,000	ரொக்கம்	4,000	3,600
கூட்டாளர் வழங்கிய கடன்	—	20,000	நிலுவை செலுத்தவேண்டியவர்	35,000	38,400
வங்கிக் கடன்	30,000	25,000	சரக்கு	25,000	22,000
மூலதனம்	1,48,000	1,49,000	நிலம்	20,000	30,000
			கட்டிடம்	50,000	55,000
			இயந்திரங்கள்	80,000	86,000
மொத்தம்	<u>2,14,000</u>	<u>2,35,000</u>	மொத்தம்	<u>2,14,000</u>	<u>2,35,000</u>

வருடத்தின் போது ரூ. 26,000 ம் ஈவுத்தொகையாக செலுத்தப்பட்டது.

தேய்மானம் இயந்திரத்தின் மீது உருவாக்கியது 01.01.05 ரூ.27,000 மற்றும் 31.12.05 ரூ.36,000

ஒரு ரொக்க ஓட்ட அறிக்கை தயார் செய்யவும்.

19. Explain in detail the concept of marginal cost and the preparation of Marginal Cost Sheet.

இறுதிநிலைச் செலவினம் என்ற கருத்தையும், இறுதிநிலைச் செலவுக் கணக்கெடுப்பு (Marginal Cost Sheet) தயாரிப்பையும் விரிவாக விளக்குக.

20. The following is the expenses budgeted for production of 10,000 units in a factory 'per unit'.

Materials	70
Labor	25
Variable overheads	20
Fixed overheads (1,00,000)	10
Variable expenses (direct)	5
Selling expenses (10% fixed)	13
Distribution expenses (20% fixed)	7
Administration expenses (50,000)	5
Total	155

Prepare a budget for the production of

- (a) 8,000 units, and  
(b) 6,000 units.

Assume that administration expenses are rigid for all levels of production.

ஒரு தொழிற்சாலையில் 10,000 அலகுகளுக்கான உற்பத்திக்கான வரவு செலவுத் திட்டம் பின்வருமாறு ஒவ்வொரு அலகிற்கும் தொகுக்கப்பட்டுள்ளது.

மூலப்பொருள் ரூ.70

தொழிலாளி ரூ.25

மாறுபட்ட செலவுகள் ரூ.20

நிலையான செலவுகள் ரூ.1,00,000 – ரூ.10 (ஒவ்வொன்றுக்கு)

மாறும் நேரடி செலவுகள் ரூ.5

விற்பனைச் செலவுகள் (10% நிலையானது) ரூ. 13

விநியோகச் செலவுகள் (20% நிலையானது) ரூ.7

நிர்வாக செலவுகள் 50,000 - 5 (ஒவ்வொன்றுக்கு)

மொத்தம்: ரூ.155

உற்பத்தி அளவுகள்:

(அ) 8,000 அலகுகள் மற்றும்

(ஆ) 6,000 அலகுகள் ஆகியவற்றிற்கான ஒரு உற்பத்திக்கான வரவு செலவு திட்டத்தை தயார் செய்யவும்.

நிர்வாகச் செலவுகள் எல்லா உற்பத்தி அளவுகளிலும் மாறாதவை எனக் கருதவும்.

---

**D-2598**

**Sub. Code**

**21**

**DISTANCE EDUCATION**

Common for MBA/MBA(G)/IB/B &F/CS/  
PM/HM/HRM/T/EM/RM/TM/  
LM/CM/FM/MM/SM/P&OM/Co.Op.Mgt. DEGREE  
EXAMINATION, MAY 2026.

Second Semester

**RESEARCH METHODS**

(CBCS – 2018 – 2019/2023-24 Academic Year Onwards)

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

**PART A — (10 × 2 = 20 marks)**

**Answer ALL the questions**

1. List any two applications of research in business decision-making.

வணிக முடிவெடுப்பதில் ஆராய்ச்சியின் ஏதேனும் இரண்டு பயன்பாடுகளை பட்டியலிடுங்கள்.

2. Define applied research.

பயன்பாட்டு ஆராய்ச்சியை வரையறுக்கவும்.

3. How can a research problem be clearly defined in a study?

ஒரு ஆய்வில் ஒரு ஆராய்ச்சி சிக்கலை எவ்வாறு தெளிவாக வரையறுக்க முடியும்?

4. Differentiate between null hypothesis and alternative hypothesis with a simple example.

பூஜ்ய கருதுகோள் மற்றும் மாற்று கருதுகோளை ஒரு எளிய எடுத்துக்காட்டுடன் வேறுபடுத்துங்கள்.

5. State any two characteristics of a good hypothesis.

ஒரு நல்ல கருதுகோளின் ஏதேனும் இரண்டு பண்புகளைக் கூறுங்கள்.

6. Why is the census method not practical for studying an infinite population?

முடிவற்ற மக்கள்தொகையைப் படிப்பதற்கு மக்கள் தொகை கணக்கெடுப்பு முறை ஏன் நடைமுறைக்கு மாறானது?

7. How can interviewer bias lead to non-sampling errors in data collection?

நேர்காணல் செய்பவரின் சார்பு எவ்வாறு தரவு சேகரிப்பில் மாதிரி அல்லாத பிழைகளுக்கு வழிவகுக்கும்?

8. Why is a schedule more suitable for illiterate respondents compared to a questionnaire?

ஒரு கேள்வித்தாளுடன் ஒப்பிடும்போது, படிப்பறிவில்லாத பதிலளிப்பவர்களுக்கு ஒரு அட்டவணை ஏன் மிகவும் பொருத்தமானது?

9. Recognize the basic assumption behind parametric testing.

அளவுரு சோதனைக்குப் பின்னால் உள்ள அடிப்படை அனுமானத்தை அங்கீகரிக்கவும்.

10. Identify the main purpose of writing a report.

ஒரு அறிக்கை எழுதுவதன் முக்கிய நோக்கத்தை அடையாளம் காணவும்.

PART B – (5 × 5 = 25 marks)

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

11. (a) Demonstrate how exploratory research can be used to formulate a hypothesis for a startup business idea.

ஒரு தொடக்க வணிக யோசனைக்கான கருதுகோளை உருவாக்க ஆய்வு ஆராய்ச்சியை எவ்வாறு பயன்படுத்தலாம் என்பதை நிரூபிக்கவும்.

Or

- (b) Distinguish between historical and futuristic research in terms of objectives and sources of data.

நோக்கங்கள் மற்றும் தரவுகளின் ஆதாரங்களின் அடிப்படையில் வரலாற்று மற்றும் எதிர்கால ஆராய்ச்சியை வேறுபடுத்துங்கள்.

12. (a) Illustrate the process of formulating a research problem.

ஒரு ஆராய்ச்சி சிக்கலை உருவாக்கும் செயல்முறையை விளக்கவும்.

Or

- (b) Examine the impact of poor planning on the success of a research study.

ஒரு ஆராய்ச்சி ஆய்வின் வெற்றியில் மோசமான திட்டமிடலின் தாக்கத்தை ஆராயவும்.

13. (a) Categorize various non-probability sampling methods and assess when each is most appropriate.

பல்வேறு நிகழ்தகவு அல்லாத மாதிரி முறைகளை வகைப்படுத்தி, ஒவ்வொன்றும் எப்போது மிகவும் பொருத்தமானது என்பதை மதிப்பிடவும்.

Or

- (b) Analyze how violating sampling principles can introduce bias into a study.

மாதிரி கொள்கைகளை மீறுவது ஒரு ஆய்வில் எவ்வாறு சார்புகளை அறிமுகப்படுத்துகிறது என்பதை பகுப்பாய்வு செய்யவும்.

14. (a) Sketch the essentials of good sampling.

நல்ல மாதிரியின் அத்தியாவசியங்களை வரையவும்.

Or

- (b) Apply the principles of a good questionnaire to rewrite a poorly designed set of questions.

மோசமாக வடிவமைக்கப்பட்ட கேள்விகளின் தொகுப்பை மீண்டும் எழுத ஒரு நல்ல கேள்வித்தாளின் கொள்கைகளைப் பயன்படுத்தவும்.

15. (a) Illustrate the five-step hypothesis testing procedure.  
ஐந்து-படி கருதுகோள் சோதனை நடைமுறையை விளக்கவும்.

Or

- (b) Implement a structured format for writing a short analytical research report.

ஒரு குறுகிய பகுப்பாய்வு ஆராய்ச்சி அறிக்கையை எழுதுவதற்கான கட்டமைக்கப்பட்ட வடிவமைப்பை செயல்படுத்தவும்.

PART C – (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions

16. Describe the steps involved in the research process.  
ஆராய்ச்சி செயல்பாட்டில் உள்ள படிகளை விவரிக்கவும்.
17. Explain descriptive and prescriptive research with suitable examples.  
விளக்கமான மற்றும் பரிந்துரைக்கப்பட்ட ஆராய்ச்சியை பொருத்தமான எடுத்துக்காட்டுகளுடன் விளக்குங்கள்.
18. Elaborate the types of data and the various modes of data collection. Illustrate with examples.  
தரவு வகைகள் மற்றும் தரவு சேகரிப்பின் பல்வேறு முறைகளை விரிவாகக் கூறுங்கள். எடுத்துக்காட்டுகளுடன் விளக்கவும்.
19. Discuss the process of data analysis. Highlight its importance.  
தரவு பகுப்பாய்வு செயல்முறையைப் பற்றி விவாதிக்கவும். அதன் முக்கியத்துவத்தை முன்னிலைப்படுத்தவும்.
20. Brief the steps involved in drafting the reports. Mention its significance.  
அறிக்கைகளை வரைவதில் உள்ள படிகளை சுருக்கமாகக் கூறுங்கள். அதன் முக்கியத்துவத்தைக் குறிப்பிடவும்.

**D-2599**

**Sub. Code**

**22**

**DISTANCE EDUCATION**

Common for M.B.A./M.B.A.(G)/IB/B & F/CS/PM/HM/HRM/T/  
EM/RM/TM/LM/CM/FM/MM/SM/P & OM/Co.Op.Mgt.  
DEGREE EXAMINATION, MAY 2026.

Second Semester

**BUSINESS ENVIRONMENT**

(CBCS 2018-19/2023-24 Academic Year Onwards)

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer ALL questions.

1. What is business environment?  
வணிக சூழல் என்றால் என்ன ?
2. PESTLE – means.  
PESTLE - அர்த்தம்.
3. Define political environment.  
அரசியல் சூழலை வரையறுக்கவும்.
4. What is economic environment?  
பொருளாதார சூழல் என்றால் என்ன ?
5. What is monetary policy?  
பணவியல் கொள்கை என்றால் என்ன ?
6. What is quality circles?  
தர வட்டங்கள் என்றால் என்ன ?

7. Define technology and environment.  
தொழில்நுட்பம் மற்றும் சூழலை வரையறுக்கவும்.

8. What is IDRA?  
IDRA என்றால் என்ன?

9. What is the main purpose of environment protection?  
சுற்றுச்சூழல் பாதுகாப்பின் முக்கிய நோக்கம் என்ன?

10. What is main role of IMF?  
சர்வதேச நாணய நிதியத்தின் முக்கிய பங்கு என்ன?

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

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

11. (a) State the significance of business environment.  
வணிகச் சூழலின் முக்கியத்துவத்தைக் கூறுங்கள்.

Or

(b) Explain various types as environmental issues created by business.  
வணிகத்தால் உருவாக்கப்படும் பல்வேறு வகையான சுற்றுச்சூழல் பிரச்சினைகளை விளக்குங்கள்.

12. (a) Explain the relationship between political stability and business growth.  
அரசியல் ஸ்திரத்தன்மைக்கும் வணிக வளர்ச்சிக்கும் இடையிலான உறவை விளக்குங்கள்.

Or

(b) Write down the phase of economic development and its impact on economic environment.  
பொருளாதார வளர்ச்சியின் கட்டத்தையும் பொருளாதார சூழலில் அதன் தாக்கத்தையும் எழுதுங்கள்.

13. (a) Explain the structure of financial market.  
நிதிச் சந்தையின் கட்டமைப்பை விளக்குங்கள்.

Or

- (b) Mention the roles of Central Bank.  
மத்திய வங்கியின் பங்குகளைக் குறிப்பிடவும்.

14. (a) Write short note about features of societal structure.  
சமூக கட்டமைப்பின் அம்சங்கள் பற்றி சிறு குறிப்பு எழுதுங்கள்.

Or

- (b) Describe about technology trends in India.  
இந்தியாவின் தொழில்நுட்ப போக்குகள் பற்றி விவரிக்கவும்.

15. (a) Write introduction about legal aspects to enter primary capital markets.  
முதன்மை மூலதனச் சந்தைகளில் நுழைவதற்கான சட்ட அம்சங்கள் பற்றிய அறிமுகத்தை எழுதுங்கள்.

Or

- (b) Explain about liberalization.  
தாராளமயமாக்கல் பற்றி விளக்குங்கள்.

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Explain the constituents of business environment.  
வணிகச் சூழலின் கூறுகளை விளக்குங்கள்.
17. Explain the role of government in business.  
வணிகத்தில் அரசாங்கத்தின் பங்கை விளக்குங்கள்.
18. Discuss about stock exchange and its regulations.  
பங்குச் சந்தை மற்றும் அதன் விதிமுறைகள் பற்றி விவாதிக்கவும்.

19. Describe the industrial licensing for private and public sectors.

தனியார் மற்றும் பொதுத்துறை நிறுவனங்களுக்கான தொழில்துறை உரிமத்தை விவரிக்கவும்.

20. Discuss the opportunities and threads of globalization.

உலகமயமாக்கலின் வாய்ப்புகள் மற்றும் இழைகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

---

**D-2600**

**Sub. Code**

**23**

**DISTANCE EDUCATION**

Common for M.B.A./M.B.A. (G)/IB/B&F/ CS/PM/  
HM/HRM/T/EM/RM/TM/LM/CM/FM/MM/SM/P&OM/  
Co.op Mgt. DEGREE EXAMINATION, MAY 2026.

Second Semester

**BUSINESS LAWS**

(CBCS 2018 – 2019/2023-24 Academic Year Onwards)

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

**SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)**

Answer ALL questions.

1. Define Indian contract act 1872.

இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டம் 1872 ஐ வரையறுக்கவும்.

2. What is an offer?

சலுகை என்றால் என்ன?

3. Define consideration.

பரிசீலனையை வரையறுக்கவும்.

4. Define contract of sale.

விற்பனை ஒப்பந்தத்தை வரையறுக்கவும்.

5. Mention the importance of negotiable instruments act 1881.

1881 ஆம் ஆண்டு பேரம் பேசத்தக்க ஆவணச் சட்டத்தின் முக்கியத்துவத்தைக் குறிப்பிடவும்.

6. Define insurance.  
காப்பீட்டை வரையறுக்கவும்.
7. What is the objective of Indian partnership act?  
இந்திய கூட்டாண்மை சட்டத்தின் நோக்கம் என்ன?
8. What is prospectus?  
தகவல் அறிக்கை என்றால் என்ன?
9. What is an AGM?  
AGM என்றால் என்ன?
10. Define winding up.  
நிறைவு செய்வதை வரையறுக்கவும்.

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

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

11. (a) Explain the essential elements of contract.  
ஒப்பந்தத்தின் அத்தியாவசிய கூறுகளை விளக்குங்கள்.

Or

- (b) Write a short note about offer.  
சலுகை பற்றி ஒரு சிறு குறிப்பை எழுதுங்கள்.

12. (a) Explain about quasi contracts.  
அரை ஒப்பந்தங்களைப் பற்றி விளக்குங்கள்.

Or

- (b) State the rights of an unpaid seller.  
பணம் செலுத்தப்படாத விற்பனையாளரின் உரிமைகளைக் குறிப்பிடவும்.

13. (a) Explain the features of negotiable instruments.

பேச்சுவார்த்தைக்குட்பட்ட கருவிகளின் அம்சங்களை விளக்குங்கள்.

Or

- (b) State the features of the carriage by Road act 2007.

சாலை வழியாக வண்டிச் சட்டம் 2007 இன் எதிர்காலங்களைக் கூறுங்கள்.

14. (a) Explain about Indian partnership act 1932.

இந்திய கூட்டாண்மை சட்டம் 1932 பற்றி விளக்குங்கள்.

Or

- (b) State the memorandum of association in partnership firm.

கூட்டாண்மை நிறுவனத்தில் சங்க ஒப்பந்தத்தைக் குறிப்பிடவும்.

15. (a) Write short note about formation of company.

நிறுவனத்தின் உருவாக்கம் பற்றி சிறு குறிப்பு எழுதுங்கள்.

Or

- (b) Explain the importance of Information technology act 2000.

தகவல் தொழில்நுட்பச் சட்டம் 2000 இன் முக்கியத்துவத்தை விளக்குங்கள்.

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Discuss the various classification of contracts.

ஒப்பந்தங்களின் பல்வேறு வகைப்பாடுகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

17. Explain the rights of Bailor and Bailee.

பெய்லர் மற்றும் பெய்லியின் உரிமைகளை விளக்குங்கள்.

18. State and explain fundamental principles of life insurance and fire insurance.

ஆயுள் காப்பீடு மற்றும் தீ காப்பீட்டின் அடிப்படைக் கொள்கைகளைக் கூறி விளக்குங்கள்.

19. Explain the details related to appointment and powers of director.

இயக்குநரின் நியமனம் மற்றும் அதிகாரங்கள் தொடர்பான விவரங்களை விளக்குக.

20. Discuss about Right to information act 2005.

தகவல் அறியும் உரிமைச்சட்டம் 2005 பற்றி விவாதிக்கவும்.

**D-2601**

**Sub. Code**

**24**

**DISTANCE EDUCATION**

**Common for  
M.B.A./M.B.A.(G)/IB/B&F/CS/PM/HM/HRM/T/EM/RM/TM/LM/  
CM/FM/MM/SM/P&OM/Co.op. Mgt. DEGREE  
EXAMINATION, MAY 2026**

**Second Semester**

**MANAGEMENT INFORMATION SYSTEM**

**(CBCS 2018 – 2019/2023-24 Academic Year Onwards)**

**Time : Three hours**

**Maximum : 75 marks**

**SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)**

**Answer ALL questions.**

- 1. List the types of information system.**  
தகவல் அமைப்புகளின் வகைகளைப் பட்டியலிடுங்கள்.
- 2. List the limitations of MIS.**  
MIS இன் வரம்புகளைப் பட்டியலிடுங்கள்.
- 3. What is expert system?**  
நிபுணர் அமைப்பு என்றால் என்ன?
- 4. Write the meaning of the term wide area network.**  
பரந்த பகுதி வலையமைப்பு என்ற சொல்லின் பொருளை எழுதுங்கள்.
- 5. Name any two functional information systems.**  
ஏதேனும் இரண்டு செயல்பாட்டு தகவல் அமைப்புகளின் பெயர்களைக் கூறுக?

6. What do you mean by the term client?

வாடிக்கையாளர் என்ற வார்த்தையின் அர்த்தம் என்ன?

7. List any two types of social media.

ஏதேனும் இரண்டு வகையான சமூக ஊடகங்களைப் பட்டியலிடுங்கள்.

8. Expand and write a note on the term ERP.

ERP என்ற சொல்லை விரிவுபடுத்தி ஒரு குறிப்பை எழுதுங்கள்.

9. Differentiate between centralized and decentralized information systems.

மையப்படுத்தப்பட்ட மற்றும் பரவலாக்கப்பட்ட தகவல் அமைப்புகளுக்கு இடையில் வேறுபடுங்கள்.

10. What do you mean by the term ethics?

நெறிமுறைகள் என்ற சொல்லால் நீங்கள் என்ன சொல்கிறீர்கள்?

### SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

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

11. (a) Explain the types of Information System.

தகவல் அமைப்புகளின் வகைகளை விளக்குங்கள்.

Or

(b) Explain the Limitations of MIS.

MIS இன் வரம்புகளை விளக்குங்கள்.

12. (a) Explain the Advantages and Disadvantages of Communication Channels.

தொடர்பு சேனல்களின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகளை விளக்குங்கள்.

Or

(b) Differentiate MIS Vs Data Processing.

MIS vs தரவு செயலாக்கத்தை வேறுபடுத்துங்கள்.

13. (a) Explain the need for MIS in Finance.  
நிதித்துறையில் MIS-ன் அவசியத்தை விளக்குக.

Or

- (b) How MIS Contributes for Product Development.  
தயாரிப்பு மேம்பாட்டிற்கு MIS எவ்வாறு பங்களிக்கிறது.
14. (a) Write about online information services.  
ஆன்லைன் தகவல் சேவைகள் பற்றி எழுதுங்கள்.

Or

- (b) How video conferencing is useful to business?  
Explain briefly.  
வீடியோ கான்பரன்சிங் வணிகத்திற்கு எவ்வாறு பயனுள்ளதாக இருக்கிறது? சுருக்கமாக விளக்குங்கள்.
15. (a) Describe the use of anyone input device.  
யாரேனும் உள்ளீட்டு சாதனத்தின் பயன்பாட்டை விவரிக்கவும்.

Or

- (b) Explain the various applications of internet in E-Commerce.  
மின் வணிகத்தில் இணையத்தின் பல்வேறு பயன்பாடுகளை விளக்குங்கள்.

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Discuss the approaches to MIS Development.  
MIS மேம்பாட்டுக்கான அணுகுமுறைகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
17. Discuss about merits and Demerits of Artificial intelligence and expert system.  
செயற்கை நுண்ணறிவு மற்றும் நிபுணர் அமைப்பின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள் பற்றி விவாதிக்கவும்.

18. Explain in detail Enterprises Resources Planning system.  
நிறுவன வள திட்டமிடல் முறையை விரிவாக விளக்குங்கள்.
19. Explain the uses of Social media in Business Organization.  
வணிக அமைப்பில் சமூக ஊடகங்களின் பயன்பாடுகளை விளக்குங்கள்.
20. Explain the Types of Computer System Processing.  
கணினி அமைப்பு செயலாக்கத்தின் வகைகளை விளக்குங்கள்.
-

**D-2602**

**Sub. Code**

**25**

**DISTANCE EDUCATION**

**COMMON FOR M.B.A./M.B.A.(G)/IB/B&F/CS/PM/HM/  
HRM/T/EM/RM/TM/LM/CM/FM/MM/SM/P&OM/Co.op. Mgt.  
DEGREE EXAMINATION, MAY 2026.**

**Second Semester**

**HUMAN RESOURCE MANAGEMENT**

**(CBCS 2018 – 19/2023-24 Academic Year Onwards)**

**Time : Three hours**

**Maximum : 75 marks**

**SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)**

**Answer ALL questions.**

1. What is the meaning of Human Resource Management?  
மனித வள மேலாண்மை என்பதன் பொருள் என்ன?
2. Define HRM models.  
HRM மாதிரிகளை வரையறுக்கவும்.
3. What do you mean by Job Description?  
வேலை விவரம் என்றால் என்ன?
4. Define the term Simulation.  
உருவகப்படுத்துதல் என்ற சொல்லை வரையறுக்கவும்.
5. What is the meaning of training process?  
பயிற்சி செயல்முறையின் பொருள் என்ன?
6. Define Fringe benefits.  
ஃபிரிஞ்ச் நன்மைகளை வரையறுக்கவும்.

7. What do you mean by Employee Retention?

பணியாளர் தக்கவைப்பு என்றால் என்ன?

8. Define the term Career planning.

தொழில் திட்டமிடல் என்ற சொல்லை வரையறுக்கவும்.

9. What is the meaning of Industrial relations?

தொழில்துறை உறவுகளின் பொருள் என்ன?

10. Define Personal Audit.

தனிப்பட்ட தணிக்கையை வரையறுக்கவும்.

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

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

11. (a) Discuss the objectives of HRM.

HRM இன் நோக்கங்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

Or

(b) Describe the competitive challenges of HRM.

HRM இன் போட்டி சவால்களை விவரிக்கவும்.

12. (a) Describe the role of Human Resource manager.

மனிதவள மேலாளரின் பங்கை விவரிக்கவும்.

Or

(b) Explain the designing of effective interview.

பயனுள்ள நேர்காணலின் வடிவமைப்பை விளக்குங்கள்.

13. (a) Elucidate the training methods for Operatives.

ஆபரேட்டிவ்களுக்கான பயிற்சி முறைகளை தெளிவுபடுத்துங்கள்.

Or

- (b) Briefly explain the computer applications in human resource management.

மனித வள மேலாண்மையில் கணினி பயன்பாடுகளை சுருக்கமாக விளக்குங்கள்.

14. (a) Describe the various retention methods.

பல்வேறு தக்கவைப்பு முறைகளை விவரிக்கவும்.

Or

- (b) Discuss the causes of Labour Attrition.

தொழிலாளர் தேய்மானத்திற்கான காரணங்களை விவாதிக்கவும்.

15. (a) Elucidate the welfare and safety measures.

நலன்புரி மற்றும் பாதுகாப்பு நடவடிக்கைகளை தெளிவுபடுத்துங்கள்.

Or

- (b) Explain the scope of Human Resource Information system.

மனித வள தகவல் அமைப்பின் நோக்கத்தை விளக்குங்கள்.

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Discuss in detail the sources of Recruitment.

ஆட்சேர்ப்புக்கான ஆதாரங்களை விரிவாக விவாதிக்கவும்.

17. Discuss the On-the-job and Off-the-job development techniques using HR to build a responsive organization.

ஒரு பதிலளிக்கக்கூடிய நிறுவனத்தை உருவாக்க HR ஐப் பயன்படுத்தி வேலையில் இருக்கும்போது மற்றும் வேலை இல்லாதபோது மேம்பாட்டு நுட்பங்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

18. Describe the methods of performance appraisal in detail.

செயல்திறன் மதிப்பீட்டு முறைகளை விரிவாக விவரிக்கவும்.

19. Describe in detail the Statutory benefits and Non statutory benefits of employees.

ஊழியர்களின் சட்டப்பூர்வ சலுகைகள் மற்றும் சட்டப்பூர்வமற்ற சலுகைகளை விரிவாக விவரிக்கவும்.

20. Discuss in detail the future of Trade Unionism.

தொழிற்சங்கவாதத்தின் எதிர்காலம் குறித்து விரிவாக விவாதிக்கவும்.

---

**D-2603**

**Sub. Code**

**31**

**DISTANCE EDUCATION**

**COMMON FOR M.B.A./M.B.A.(G)/IB/B&F/CS/PM/HM/  
HRM/T/EM/RM/TM/LM/CM/FM/MM/SM/P&OM/Co-Op. Mgt.  
DEGREE EXAMINATION, MAY 2026.**

**Third Semester**

**MARKETING MANAGEMENT**

**(CBCS 2018 – 19/2023 – 24 Academic Year Onwards)**

**Time : Three hours**

**Maximum : 75 marks**

**PART A — (10 × 2 = 20 marks)**

**Answer ALL questions.**

1. State the benefits of marketing.

சந்தைப்படுத்தல் மூலம் கிடைக்கும் நன்மைகள்.

2. What are 4ps of product?

தயாரிப்பின் 4ps என்றால் என்ன?

3. Define distribution.

பரவலை வரையறுக்கவும்.

4. What is demand forecasting?

தேவை முன்னறிவிப்பு என்றால் என்ன?

5. What is pricing?

விலை நிர்ணயம் என்றால் என்ன?

6. Define product positioning.

தயாரிப்பு நிலைப்படுத்தலை வரையறுக்கவும்.

7. What is sales force?

விற்பனைப் படை என்றால் என்ன?

8. Define retailing.

சில்லறை விற்பனையை வரையறுக்கவும்.

9. What is CRM?

CRM என்றால் என்ன?

10. What is sales promotion?

விற்பனை ஊக்குவிப்பு என்றால் என்ன?

PART B — (5 × 5 = 25 marks)

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

11. (a) Explain about social marketing concept.

சமூக சந்தைப்படுத்தல் கருத்தை விளக்குங்கள்.

Or

(b) State the benefit of market segmentation.

சந்தை பிரிவின் நன்மையைக் கூறுங்கள்.

12. (a) Explain about digitalization.

டிஜிட்டல் மயமாக்கல் பற்றி விளக்குங்கள்.

Or

(b) Explain the process of marketing research.

சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சியின் செயல்முறையை விளக்குங்கள்.

13. (a) Write short note about product planning and development.

தயாரிப்பு திட்டமிடல் மற்றும் மேம்பாடு பற்றி சிறு குறிப்பு எழுதுங்கள்.

Or

- (b) Explain about product lifecycle.

தயாரிப்பு வாழ்க்கைச் சுழற்சி பற்றி விளக்குங்கள்.

14. (a) State the types of physical distribution and explain.

இயற்பியல் பரவலின் வகைகளைக் கூறி விளக்குக.

Or

- (b) Explain modern trends in retaining.

தக்கவைத்துக்கொள்வதில் நவீன போக்குகளை விளக்குங்கள்.

15. (a) Explain objective of advertising.

விளம்பரத்தின் நோக்கத்தை விளக்குங்கள்.

Or

- (b) Explain the nature of direct marketing.

நேரடி சந்தைப்படுத்தலின் தன்மையை விளக்குங்கள்.

PART C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Discuss an overview of marketing management process.

சந்தைப்படுத்தல் மேலாண்மை செயல்முறையின் கண்ணோட்டத்தை விவாதிக்கவும்.

17. Discuss seven Ps service marketing mix.

ஏழு Ps சேவை சந்தைப்படுத்தல் கலவையைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

18. Explain various pricing policies.

பல்வேறு விலை நிர்ணயக் கொள்கைகளை விளக்குங்கள்.

19. Distinguish between personal selling and impersonal selling.

தனிப்பட்ட விற்பனைக்கும், ஆள்மாறாட்ட விற்பனைக்கும் உள்ள வேறுபாட்டைக் கூறுங்கள்.

20. Discuss about media planning and selection in advertising.

விளம்பரத்தில் ஊடக திட்டமிடல் மற்றும் தேர்வு பற்றி விவாதிக்கவும்.

---

**D-2604**

**Sub. Code**

**32**

**DISTANCE EDUCATION**

Common for MBA/MBA(G)/IB/B & F/  
CS/PM/HM/HRM/T/EM/RM/TM/LM/CM/FM/MM/SM/  
P&OM/Co.Op.Mgt DEGREE EXAMINATION, MAY 2026.

Third Semester

**FINANCIAL MANAGEMENT**

(CBCS 2018 – 2019/2023 – 2024 Academic Year Onwards)

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

**SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)**

Answer ALL questions.

1. What is financial management?  
நிதி மேலாண்மை என்றால் என்ன?
2. What is equity share?  
பங்கு என்றால் என்ன?
3. What is capital issue?  
மூலதன வெளியீடு என்றால் என்ன?
4. What is cost of capital?  
மூலதன செலவு என்றால் என்ன?
5. What is capital structure?  
மூலதன அமைப்பு என்றால் என்ன?
6. What is capital budgeting?  
மூலதன பட்ஜெட் என்றால் என்ன?

7. What do you mean by uncertainty?

நிச்சயமற்ற தன்மை என்றால் என்ன?

8. Define working capital management.

செயல்பாட்டு மூலதன மேலாண்மையை வரையறுக்கவும்.

9. What is cash management?

பண மேலாண்மை என்றால் என்ன?

10. What is dividend policy?

ஈவுத்தொகை கொள்கை என்றால் என்ன?

### SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

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

11. (a) Discuss the nature of Financial Management.

நிதி நிர்வாகத்தின் தன்மையைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

Or

(b) Explain the scope of financial functions.

நிதி செயல்பாடுகளின் நோக்கத்தை விளக்குங்கள்.

12. (a) Explain the steps borrowings from international capital market.

சர்வதேச மூலதன சந்தையிலிருந்து கடன் வாங்குவதற்கான படிகளை விளக்குங்கள்.

Or

(b) Explain various approaches for computing preference share.

விருப்பப் பங்கைக் கணக்கிடுவதற்கான பல்வேறு அணுகுமுறைகளை விளக்குங்கள்.

13. (a) Critically examine the net income and net operating income approach to capital structure.

மூலதன கட்டமைப்பிற்கான நிகர வருமானம் மற்றும் நிகர இயக்க வருமான அணுகுமுறையை விமர்சன ரீதியாக ஆராயுங்கள்.

Or

- (b) What are the types of capital budgeting?

மூலதன பட்ஜெட்டின் வகைகள் என்ன?

14. (a) Explain the steps in decision tree analysis.

முடிவு மர பகுப்பாய்வின் படிகளை விளக்குங்கள்.

Or

- (b) Discuss the purpose of holding inventories.

சரக்குகளை வைத்திருப்பதன் நோக்கத்தைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

15. (a) Discuss the methods of credit management.

கடன் மேலாண்மை முறைகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

Or

- (b) What are the different types of dividend policies?

பல்வேறு வகையான ஈவுத்தொகை கொள்கைகள் என்ன?

**SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)**

Answer any **THREE** questions.

16. Explain the sources from which a large sized industrial enterprise can raise capital for its various requirements.

ஒரு பெரிய அளவிலான தொழில்துறை நிறுவனம் அதன் பல்வேறு தேவைகளுக்கு மூலதனத்தை திரட்டக்கூடிய ஆதாரங்களை விளக்குங்கள்.

17. Discuss the guidelines of SEBI in capital issues.

மூலதன சிக்கல்களில் SEBI இன் வழிகாட்டுதல்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

18. Discuss the factors should be considered in determining the capital structure of a company.

ஒரு நிறுவனத்தின் மூலதன அமைப்பை தீர்மானிப்பதில் கருத்தில் கொள்ள வேண்டிய காரணிகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

19. Explain various factors influencing working capital.

பணி மூலதனத்தை பாதிக்கும் பல்வேறு காரணிகளை விளக்குங்கள்.

20. What are the factors which influence the dividend policy of a firm?

ஒரு நிறுவனத்தின் ஈவுத்தொகை கொள்கையை பாதிக்கும் காரணிகள் யாவை?

---

**D-2606**

**Sub. Code**

**31733B1/  
36033**

**DISTANCE EDUCATION**

**COMMON FOR M.B.A./M.B.A. (GENERAL) & M.B.A. (MM)  
DEGREE EXAMINATION, MAY 2026.**

**Third Semester**

**MARKETING OF SERVICES**

**(CBCS 2018 – 19/2023 – 24 Academic Year Onwards)**

**Time : Three hours**

**Maximum : 75 marks**

**SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)**

**Answer ALL questions.**

1. State the unique characteristics of Services.  
சேவைகளின் தனித்துவமான பண்புகளைக் கூறுக.
2. What is the difference between goods and services?  
பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் இடையிலான வேறுபாடு என்ன?
3. Define vision in the context of service marketing.  
சேவை சந்தைப்படுத்தலின் சூழலில் தொலைநோக்கு பார்வையை வரையறுக்கவும்.
4. What is the purpose of service promotion?  
சேவை மேம்பாட்டின் நோக்கம் என்ன?
5. What is meant by service channels?  
சேவை வழிகள் என்றால் என்ன?
6. What is the role of people in the 7Ps?  
7P-களில் மக்களின் பங்கு என்ன?

7. What is meant by "intangibility" in services?  
சேவைகளில் "தொட்டுணர்வு" என்றால் என்ன?
8. What is customer retention?  
வாடிக்கையாளர் தக்கவைப்பு என்றால் என்ன?
9. What is transport service marketing?  
போக்குவரத்து சேவை சந்தைப்படுத்தல் என்றால் என்ன?
10. Name some promotional method used in bank marketing.  
வங்கி சந்தைப்படுத்தலில் பயன்படுத்தப்படும் சில விளம்பர முறைகளைக் குறிப்பிடவும்.

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

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

11. (a) Discuss the strategic approaches in service marketing planning.  
சேவை சந்தைப்படுத்தல் திட்டமிடலில் உள்ள மூலோபாய அணுகுமுறைகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

Or

- (b) Explain the importance of positioning in service marketing.  
சேவை சந்தைப்படுத்துதலில் நிலைப்படுத்தலின் முக்கியத்துவத்தை விளக்கவும்.
12. (a) Discuss the role of promotion and communication in services marketing.  
சேவைகள் சந்தைப்படுத்தலில் மேம்பாடு மற்றும் தகவல் தொடர்புகளின் பங்கை விவாதிக்கவும்.

Or

- (b) What are the methods of pricing services? Explain  
சேவைகளுக்கு விலை நிர்ணயம் செய்யும் முறைகள் யாவை? விளக்கவும்.

13. (a) What are the key elements of a customer-focused service strategy?

வாடிக்கையாளர் சார்ந்த சேவை உத்தியின் முக்கிய கூறுகள் யாவை?

Or

- (b) Explain the importance of experiential marketing in hotels.

ஹோட்டல்களில் அனுபவச் சார்ந்த சந்தைப்படுத்தலின் முக்கியத்துவத்தை விளக்கவும்.

14. (a) How does customer retention benefit a service firm?

வாடிக்கையாளர் நிலைத்தன்மை (Customer Retention) ஒரு சேவை நிறுவனத்திற்கு எவ்வாறு பயனளிக்கிறது என்பதை விளக்கவும்.

Or

- (b) Explain the scope and importance of entertainment services marketing.

பொழுதுபோக்கு சேவைகள் சந்தைப்படுத்தலின் நோக்கம் மற்றும் முக்கியத்துவத்தை விளக்கவும்.

15. (a) Explain the role of technology in telecom service marketing.

தொலைத்தொடர்பு சேவை சந்தைப்படுத்தலில் தொழில்நுட்பத்தின் பங்கை விளக்கவும்.

Or

- (b) What are the legal barriers in transport service marketing?

போக்குவரத்து சேவை சந்தைப்படுத்துதலில் உள்ள சட்டத் தடைகள் யாவை?

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Define services. Discuss the characteristics and classification of services with examples.

சேவைகளை வரையறுக்கவும். சேவைகளின் பண்புகள் மற்றும் வகைப்பாட்டை எடுத்துக்காட்டுகளுடன் விவாதிக்கவும்.

17. Explain the process of developing a service marketing mix strategy.

சேவை சந்தைப்படுத்தல் கலவை உத்தியை உருவாக்கும் செயல்முறையை விளக்கவும்.

18. Define service quality and explain the ways to measure and improve it in a service firm.

சேவை தரத்தை வரையறுத்து, ஒரு சேவை நிறுவனத்தில் அதை அளவிடுவதற்கும் மேம்படுத்துவதற்கும் உள்ள வழிகளை விளக்கவும்.

19. Explain the marketing of consultancy services with reference to its functions, uses, and features.

ஆலோசனை சேவைகளின் சந்தைப்படுத்தலை அதன் செயல்பாடுகள், பயன்கள் மற்றும் அம்சங்கள் மூலம் விளக்கவும்.

20. Explain the scope, challenges, and pitfalls in marketing educational and recreational services.

கல்வி மற்றும் பொழுதுபோக்கு சேவைகளை சந்தைப்படுத்துவதில் உள்ள நோக்கம், சவால்கள் மற்றும் குறைபாடுகளை விளக்கவும்.

**D-2609**

**Sub. Code**

**31734B2/  
36034**

**DISTANCE EDUCATION**

**COMMON FOR M.B.A./M.B.A.(G) & M.B.A.(MM) DEGREE  
EXAMINATION, MAY 2026.**

**Third Semester**

**PROMOTIONAL MANAGEMENT**

**(CBCS 2018 – 19 / 2023 – 24 Academic Year Onwards)**

**Time : Three hours**

**Maximum : 75 marks**

**PART A — (10 × 2 = 20 marks)**

**Answer ALL questions.**

1. What is promotional management?  
விளம்பர மேலாண்மை என்றால் என்ன?
2. Define advertising.  
விளம்பரத்தை வரையறுக்கவும்.
3. What is message evaluation?  
செய்தி மதிப்பீடு என்றால் என்ன?
4. Define public relations.  
மக்கள் தொடர்புகளை வரையறுக்கவும்.
5. What do you mean by media strategy?  
ஊடக உத்தி என்றால் என்ன?
6. What is sales force management?  
விற்பனைப் படை மேலாண்மை என்றால் என்ன?

7. What is event marketing?

நிகழ்வு சந்தைப்படுத்தல் என்றால் என்ன?

8. Mention any four sales promotion tools used for consumers.

நுகர்வோருக்குப் பயன்படுத்தப்படும் ஏதேனும் நான்கு விற்பனை ஊக்குவிப்பு கருவிகளைக் குறிப்பிடவும்.

9. What is performance appraisal?

செயல்திறன் மதிப்பீடு என்றால் என்ன?

10. Define sales territory.

விற்பனைப் பகுதியை வரையறுக்கவும்.

**PART B — (5 × 5 = 25 marks)**

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

11. (a) Differentiate between promotion for new products and existing products.

புதிய தயாரிப்புகளுக்கும் ஏற்கனவே உள்ள தயாரிப்புகளுக்கும் செய்யப்படும் விளம்பரத்திற்கு உள்ள வேறுபாட்டை விளக்கவும்.

Or

(b) Describe the relationship between a client and an advertising agency.

ஒரு வாடிக்கையாளருக்கும் ஒரு விளம்பர நிறுவனத்திற்கும் இடையிலான உறவை விவரிக்கவும்.

12. (a) List and explain the techniques used in producing broadcast advertisements.

ஒளிபரப்பு விளம்பரங்களை தயாரிக்க பயன்படுத்தப்படும் நுட்பங்களை பட்டியலிட்டு விளக்கவும்.

Or

- (b) What is media research? Explain its application in advertising.

ஊடக ஆய்வு (Media Research) என்றால் என்ன? அது விளம்பரத்துறையில் எப்படி பயன்படுகிறது என்பதை விளக்கவும்.

13. (a) Explain the role of PR and publicity in building a corporate image.

ஒரு நிறுவன பிம்பத்தை உருவாக்குவதில் மக்கள் தொடர்பு மற்றும் விளம்பரத்தின் பங்கை விளக்கவும்.

Or

- (b) Write a short note on the importance of direct marketing in India.

இந்தியாவில் நேரடி சந்தைப்படுத்தலின் முக்கியத்துவம் குறித்து ஒரு சிறு குறிப்பை எழுதுங்கள்.

14. (a) Describe the characteristics of personal selling.

தனிப்பட்ட விற்பனையின் சிறப்பியல்புகளை விவரிக்கவும்.

Or

- (b) Explain the need and methods of training sales personnel.

விற்பனைப் பணியாளர்களுக்குப் பயிற்சி அளிப்பதன் தேவை மற்றும் முறைகளை விளக்கவும்.

15. (a) Write a note on the impact of promotion on women and children.

பெண்கள் மற்றும் குழந்தைகள் மீதான விளம்பரத்தின் தாக்கம் குறித்து ஒரு குறிப்பை எழுதவும்.

Or

- (b) What is sales territory structuring? Why is it important?

விற்பனை பிரதேச அமைப்பு என்றால் என்ன? அது ஏன் முக்கியம் என்பதை விளக்கவும்.

PART C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Evaluate the importance of establishing promotional objectives in promotional planning.

விளம்பரத் திட்டமிடலில் விளம்பர நோக்கங்களை நிறுவுவதன் முக்கியத்துவத்தை மதிப்பீடு செய்யவும்.

17. Discuss the tools and techniques used in public relations.

மக்கள் தொடர்புகளில் பயன்படுத்தப்படும் கருவிகள் மற்றும் நுட்பங்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

18. Analyse the media buying process and challenges in the Indian media landscape.

இந்திய ஊடகத் துறையில் ஊடகக் கொள்முதல் (Media Buying) செயல்முறையையும், அதிலுள்ள சவால்களையும் பகுத்தறியவும்.

19. Describe the strategic use of sales promotions in enhancing short-term sales and customer loyalty.

குறுகிய கால விற்பனையையும், வாடிக்கையாளர் விசுவாசத்தையும் மேம்படுத்துவதில் விற்பனை ஊக்குவிப்பு நடவடிக்கைகளின் மூலோபாயப் பயன்பாட்டை விளக்கவும்.

20. Describe the legal and regulatory framework governing promotional activities in India. How do these regulations ensure social responsibility?

இந்தியாவில் விளம்பர நடவடிக்கைகளை நிர்வகிக்கும் சட்ட மற்றும் ஒழுங்குமுறை கட்டமைப்பை விவரிக்கவும். இந்த விதிமுறைகள் சமூகப் பொறுப்பை எவ்வாறு உறுதி செய்கின்றன?

**D-2612**

**Sub. Code**

**31735B3/  
36035**

**DISTANCE EDUCATION**

**Common for M.B.A./M.B.A. (General) & M.B.A. (MM) DEGREE  
EXAMINATION, MAY 2026.**

**Third Semester**

**PRODUCT MANAGEMENT**

**(CBCS 2018 – 19/2023 – 24 Academic Year Onwards)**

**Time : Three hours**

**Maximum : 75 marks**

**SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)**

**Answer ALL the questions.**

1. What is product?  
தயாரிப்பு என்றால் என்ன?
2. What is creativity in new product development?  
புதிய தயாரிப்பு மேம்பாட்டில் படைப்பாற்றல் என்றால் என்ன?
3. What is the role of customer feedback in new product development?  
புதிய தயாரிப்பு மேம்பாட்டில் வாடிக்கையாளர் கருத்துக்களின் பங்கு என்ன?
4. What are the steps involved in new product development?  
புதிய தயாரிப்பு மேம்பாட்டில் உள்ள படிகள் என்ன?
5. What is meant by the term product life cycle?  
தயாரிப்பு வாழ்க்கைச் சுழற்சி என்ற சொல்லின் பொருள் என்ன?
6. What do you mean by product positioning?  
தயாரிப்பு நிலைப்படுத்தல் என்றால் என்ன?

7. What is product differentiation?  
தயாரிப்பு வேறுபாடு என்றால் என்ன?
8. What is the positioning strategy?  
நிலைப்படுத்தல் உத்தி என்ன?
9. What is branding?  
தர அடையாளம் என்றால் என்ன?
10. What do you mean by tertiary packaging?  
மூன்றாம் நிலை பேக்கேஜிங் என்றால் என்ன?

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

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

11. (a) State the classifications of products.

பொருட்களின் வகைப்பாடுகளைக் கூறுங்கள்.

Or

- (b) What are the features of product?

தயாரிப்பு அம்சங்கள் என்ன?

12. (a) Write down the different levels of product.

உற்பத்திப் பொருளின் வெவ்வேறு நிலைகளை எழுதுங்கள்.

Or

- (b) What are the general objectives of product management?

தயாரிப்பு நிர்வாகத்தின் பொதுவான நோக்கங்கள் என்ன?

13. (a) What are the major product mix strategies?

முக்கிய தயாரிப்பு கலவை உத்திகள் யாவை?

Or

(b) Write down the process of new product introduction.

புதிய பொருளை அறிமுகப்படுத்தும் செயல்முறையை எழுதுங்கள்.

14. (a) What are the assumptions of product life cycle management?

தயாரிப்பு வாழ்க்கைச் சுழற்சி மேலாண்மையின் அனுமானங்கள் என்ன?

Or

(b) State the different types of product differentiation.

பல்வேறு வகையான தயாரிப்பு வேறுபாட்டைக் கூறு.

15. (a) What are the phases of development process?

வளர்ச்சி செயல்முறையின் கட்டங்கள் யாவை?

Or

(b) Describe the product development process and the role of product research in it.

தயாரிப்பு மேம்பாட்டு செயல்முறை மற்றும் அதில் தயாரிப்பு ஆராய்ச்சியின் பங்கை விவரிக்கவும்.

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Discuss the strategic importance of product elimination in product portfolio management.

தயாரிப்பு இலாகா நிர்வாகத்தில் தயாரிப்பு நீக்குதலின் மூலோபாய முக்கியத்துவத்தைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

17. Explain the approaches for analyzing and responding to the marketing challenges of new product development.

புதிய தயாரிப்பு மேம்பாட்டின் சந்தைப்படுத்தல் சவால்களை பகுப்பாய்வு செய்து அவற்றுக்கு பதிலளிப்பதற்கான அணுகுமுறைகளை விளக்குங்கள்.

18. Discuss the role of brand strength in brand valuation.

தர அடையாளம் மதிப்பீட்டில் தர அடையாளம் வலிமையின் பங்கைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

19. Enumerate the various strategies involved in branding.

தர அடையாளம் உள்ள பல்வேறு உத்திகளை பட்டியலிடுங்கள்.

20. Explain the elements of product market analysis.

தயாரிப்பு சந்தை பகுப்பாய்வின் கூறுகளை விளக்குங்கள்.

---

**D-2621**

**Sub. Code**

**31744B3/  
36044/  
31744B4/  
31745B3**

**DISTANCE EDUCATION**

**COMMON FOR M.B.A./M.B.A. (General) & M.B.A. (MM)  
DEGREE EXAMINATION, MAY 2026.**

**Fourth Semester**

**STRATEGIC RETAIL MANAGEMENT**

**(CBCS 2018 – 2019 Academic Year to 2023-24 Academic Year/  
(CY 2024 to CY 2025) AY 2025-26)**

**Time : Three hours**

**Maximum : 75 marks**

**PART A — (10 × 2 = 20 marks)**

**Answer ALL the questions.**

- 1. What is strategic management in retail?**  
சில்லறை வியாபாரத்தில் மூலோபாய மேலாண்மை என்றால் என்ன?
- 2. What is SWOT analysis in retail strategic management?**  
சில்லறை மூலோபாய மேலாண்மையில் (SWOT) பகுப்பாய்வு என்றால் என்ன?
- 3. What is a retail business model?**  
சில்லறை வணிக மாதிரி என்றால் என்ன?
- 4. List out the role of customer experience in a retail business model.**  
சில்லறை வணிக மாதிரியில் வாடிக்கையாளர் அனுபவத்தின் பங்கை பட்டியலிடுக.
- 5. How does the strategic trinity apply to retail operations?**  
மூலோபாய திரித்துவம் சில்லறை நடவடிக்கைகளில் எவ்வாறு பயன்படுத்தப்படுகிறது?
- 6. What is a strategic alliance in retail management?**  
சில்லறை மேலாண்மையில் மூலோபாய கூட்டாண்மை என்றால் என்ன?

7. What is the BCG Matrix in retail management?

சில்லறை மேலாண்மையில் பாஸ்டன் கன்சல்டிங் குரூப் மேட்ரிக்ஸ் (மடிக் கோல்) என்றால் என்ன?

8. How can retailers ensure successful outsourcing?

சில்லறை வியாபாரிகள் வெற்றிகரமான வெளிப்புற ஒப்பந்தத்தை எவ்வாறு உறுதி செய்யலாம்?

9. List out the purpose of project life cycle analysis.

திட்ட வாழ்நாள் சுழற்சி பகுப்பாய்வின் நோக்கங்களை பட்டியலிடுக.

10. How do hypermarkets benefit customers?

ஹைப்பர் மார்க்கெட்டுகள் அல்லது பெரு அங்காடிகள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு தரும் நன்மைகள் என்ன?

PART B — (5 × 5 = 25 marks)

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

11. (a) What are the key components of a retail strategy, and how do they contribute to achieving competitive advantage?

சில்லறை மூலோபாயத்தின் முக்கிய கூறுகள் என்ன? அவை போட்டியிடும் முன்னேற்றத்தை எவ்வாறு ஏற்படுத்துகின்றன?

Or

(b) What is value chain analysis, and how is it used in strategic retail management?

மதிப்பு சங்கிலி பகுப்பாய்வு என்றால் என்ன? சில்லறை மேலாண்மையில் அது எவ்வாறு பயன்படுத்தப்படுகிறது?

12. (a) How can retailers use value chain analysis to improve their operations?

சில்லறை வியாபாரிகள் தங்களின் செயல்பாடுகளை மேம்படுத்த மதிப்பு சங்கிலி பகுப்பாய்வை எவ்வாறு பயன்படுத்தலாம்?

Or

- (b) What are the different types of retail business models, and how do they differ?

சில்லறை வணிக மாதிரிகள் எத்தனை வகைப்படுகின்றன? அவை எவ்வாறு வேறுபடுகின்றன?

13. (a) What are the types of retail store location?

சில்லறை கடை இடத்தேர்வு என்னென்ன வகைகள் உள்ளன?

Or

- (b) Write down the evaluation criteria involved in retail location.

சில்லறை இடத் தேர்வில் பயன்படுத்தப்படும் மதிப்பீட்டு அளவுகோல்களை எழுதுக.

14. (a) How can organizations align the strategic trinity to achieve their goals?

நிறுவனங்கள் தங்களின் குறிக்கோள்களை அடைய மூலோபாய திரிணியை எவ்வாறு சீரமைக்கலாம்?

Or

- (b) Describe the four quadrants of the BCG Matrix and their characteristics.

பாஸ்டன் கன்சல்டிங் குரூப் மேட்ரிக்ஸ் (மடிக்கோலின்) நான்கு பிரிவுகளும் அவற்றின் பண்புகளும் என்ன?

15. (a) What are the benefits of having a strong brand strategy?

வலுவான தர அடையாளம் மூலோபாயம் கொண்டிருப்பதன் நன்மைகள் என்ன?

Or

- (b) State the challenges of franchising.

உரிமை வழங்குதலின் சவால்கள் என்ன?

PART C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. How do retailers create and deliver value to their customers, and what are the key factors that influence customer loyalty?

சில்லறை வியாபாரிகள் எவ்வாறு வாடிக்கையாளர்களுக்கான மதிப்பை உருவாக்கி, வழங்குகிறார்கள்? வாடிக்கையாளர் விசுவாசத்தை நிர்ணயிக்கும் முக்கிய காரணிகள் என்ன?

17. How can retailers use segmentation, targeting, and positioning (STP) to develop effective marketing strategies, and what are the benefits of this approach?

சில்லறை வியாபாரிகள் பகுப்பாய்வு, இலக்கு நிர்ணயம், நிலை நிர்ணயம் ஆகியவற்றை எவ்வாறு பயன்படுத்தி பயனுள்ள சந்தைப்படுத்தல் மூலோபாயங்களை உருவாக்குகிறார்கள்? இந்த அணுகுமுறையின் நன்மைகள் என்ன?

18. What are the steps involved in choosing a retail location? Explain.

சில்லறை இடத் தேர்வை மேற்கொள்வதில் அடங்கிய படிகள் என்ன? விளக்குக.

19. What is shop positioning strategy, and how can retailers use it to differentiate themselves from competitors?

கடை நிலை நிர்ணய மூலோபாயம் என்றால் என்ன? சில்லறை வியாபாரிகள் இதைப் பயன்படுத்தி போட்டியாளர்களைவிட தங்களை எவ்வாறு வேறுபடுத்திக்கொள்ளலாம்?

20. What is brand strategy, and how can businesses use it to build a strong brand identity?

தர அடையாளம் மூலோபாயம் என்றால் என்ன? வலுவான தர அடையாளத்தை உருவாக்குவதற்கு நிறுவனங்கள் இதைப் பயன்படுத்துகிறது?

**D-2733**

**Sub. Code**

**36041/31741B1**

**DISTANCE EDUCATION**

**Common for M.B.A./M.B.A. (Marketing Management)  
DEGREE EXAMINATION, MAY 2026.**

**Fourth Semester**

**INTERNATIONAL MARKETING**

**(CBCS 2018 – 2019 Academic Year Onwards/ CY 2024 to  
CY 2025)**

**Time : Three hours**

**Maximum : 75 marks**

**SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)**

**Answer ALL questions.**

- 1. What is a microenvironment in marketing?**  
மைக்ரோ சுற்றுச்சூழல் என்றால் என்ன?
- 2. Name two types of market segmentation.**  
சந்தைபகுப்பாய்வின் இரண்டு வகைகளை கூறுக.
- 3. Define the poly-centric approach.**  
பாலி-சென்ட்ரிக் அணுகுமுறை என்றால் என்ன?
- 4. What is a direct channel in international marketing?**  
உலக சந்தைப்படுத்தலில் நேரடி சேனல் என்றால் என்ன?
- 5. Mention any two theories of consumer behavior.**  
நுகர்வோர் நடத்தை குறித்த இரண்டு கோட்பாடுகளை கூறுக.
- 6. What is countertrade?**  
எதிர்வர்த்தகம் என்றால் என்ன?

7. List two examples of sales promotion techniques.  
 விற்பனை ஊக்குவிப்பு உத்திகள் இரண்டு உதாரணங்களை குறிப்பிடுக.
8. What is a Marketing Information System (MIS)?  
 சந்தைப்படுத்தலில் தகவல் முறைமை என்றால் என்ன?
9. What is meant by distribution mix?  
 விநியோகக் கலவை என்பது என்ன?
10. What is channel development in marketing?  
 சந்தைப்படுத்தலில் சேனல் மேம்பாடு என்றால் என்ன?

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

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

11. (a) Explain the important functions of marketing with suitable examples.  
 சந்தைப்படுத்தலின் முக்கிய செயல்பாடுகளை பொருத்தமான எடுத்துக்காட்டுகளுடன் விளக்குக.
- Or
- (b) Describe each element of the marketing mix.  
 சந்தைப்படுத்துதல் கலவையின் ஒவ்வொரு உட்கூறுகளை விவரிக்க.
12. (a) Enumerate the objectives of international marketing.  
 சர்வதேச சந்தைப்படுத்தலின் நோக்கங்களை பட்டியலிடுக.

Or

- (b) Classify types of global consumers based on behavior.  
 நடத்தை அடிப்படையில் உலக நுகர்வோர் வகைகளை வகைப்படுத்துக.

13. (a) Differentiate between product standardization and adaptation with examples.

தயாரிப்பு நிலைப்படுத்தலும் மற்றும் மாற்றமும் இடையிலான வேறுபாடுகளை எடுத்துக்காட்டுகளுடன் விளக்குக.

Or

- (b) How does effective packaging contribute to the overall marketing strategy of a service?

ஒரு சேவையின் ஒட்டுமொத்த சந்தைப்படுத்தல் உத்தியின் சிறப்பம்சமாகவும், பயனுள்ளதாகவும், திறமையான பதிப்பித்தல் எவ்வாறு செயல்படுகிறது என்பதை விளக்குக.

14. (a) Describe the features of different pricing strategies.

விலை நிர்ணய உத்திகளின் அம்சங்களை விவரிக்க.

Or

- (b) Interpret the objectives of sales promotion and how they can influence consumer behavior.

விற்பனை ஊக்குவிப்பின் நோக்கங்கள் மற்றும் அவை நுகர்வோரின் நடத்தை மீது ஏற்படுத்தும் தாக்கங்களை விளக்குக.

15. (a) Illustrate the role of MIS in supporting managers decision-making in international marketing.

சர்வதேச சந்தைப்படுத்தலில் மேலாளர்கள் முடிவெடுக்க MIS எப்படி ஆதரவாக உள்ளது என்பதை விளக்குக.

Or

- (b) Indicate the various steps involved in conducting international marketing research.

சர்வதேச சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சியை நடத்துவதில் அடங்கிய விதிகளையும் கட்டங்களையும் குறிப்பிடுக.

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Evaluate the challenges faced by firms in launching new products in a global environment.

உலகளாவிய சூழலில் புதிய தயாரிப்புகளை அறிமுகப்படுத்தும் போது நிறுவனங்கள் எதிர்கொள்ளும் சவால்களை மதிப்பீடு செய்க.

17. Examine the influence of local legal, cultural, and economic factors on decisions related to international marketing channels.

பன்னாட்டு தலைமையிலான சந்தைப்படுத்தல் சேனல்கள் தொடர்பான முடிவுகளில் உள்ளூர் சட்ட, கலாச்சார மற்றும் பொருளாதார காரணிகள் ஏற்படுத்தும் தாக்கங்களை பரிசீலனை செய்க.

18. Outline the factors involved in brand building and brand equity development.

வணிகப்பெயர் உருவாக்கம் மற்றும் வணிகப்பெயர் மதிப்பு வளர்ச்சியில் தொடர்புடைய காரியங்களை சுருக்கமாக விளக்குக.

19. Explain the role of EXIM Bank in supporting the credit system for exporters.

ஏற்றுமதியாளர்களுக்கான கடன் அமைப்பை ஆதரிக்க EXIM வங்கியின் பங்கு என்ன என்பதனை விளக்குக.

20. Analyze the problems companies face when selecting distribution channels in international markets and suggest ways to overcome them.

சர்வதேச சந்தைகளில் விநியோக சேனல்களைத் தேர்ந்தெடுக்கும் போது நிறுவனங்கள் எதிர்கொள்ளும் பிரச்சனைகளை பகுப்பாய்வு செய்து, அவற்றைக் கடந்து செல்ல வழிகளை பரிந்துரைக்கவும்.

**D-2734**

**Sub. Code**

**36042/31742B2**

**DISTANCE EDUCATION**

**Common for M.B.A./M.B.A. (Marketing Management)  
DEGREE EXAMINATION, MAY 2026.**

**Fourth Semester**

**LOGISTICS MARKETING AND TECHNOLOGY**

**(CBCS 2018 – 2019 Academic Year Onwards/CY 2024 to  
CY 2025)**

**Time : Three hours**

**Maximum : 75 marks**

**SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)**

**Answer ALL questions.**

1. Define marketing environment.

சந்தைப்படுத்தல் சூழல் என்பதை வரையறுக்க.

2. Define 4PL services.

4PL சேவைகள் என்றால் என்ன என்பதை வரையறுக்க.

3. What is concentrated marketing?

ஒருமுகச் சந்தைப்படுத்தல் என்றால் என்ன?

4. Mention one example of service positioning in the hotel industry.

ஹோட்டல் துறையில் சேவை நிலைப்படுத்தலின் ஒரு எடுத்துக்காட்டை குறிப்பிடுக.

5. Name two elements of the product mix.

தயாரிப்பு கலவையின் இரண்டு கூறுகளைப் பெயரிடுக.

6. List two challenges in global distribution.

உலகளாவிய விநியோகத்தில் இரண்டு சவால்களை பட்டியலிடுக.

7. State any two features of a Logistics Management System (LMS).

சரக்குபோக்குவரத்து மேலாண்மை அமைப்பின் (LMS) இரண்டு அம்சங்களை குறிப்பிடுக.

8. What is integrated GPS technology?

ஒருங்கிணைந்த GPS தொழில்நுட்பம் என்றால் என்ன?

9. What are the features of modern flight technology?

நவீன விமான தொழில்நுட்பத்தின் அம்சங்கள் என்ன?

10. What is billing technology?

விலைப்பட்டியலிடும் தொழில்நுட்பம் என்றால் என்ன?

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

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

11. (a) Discuss the functions of third-party integrators (3PI) in logistics marketing.

சரக்குபோக்குவரத்து சந்தைப்படுத்தல் மூன்றாம் தரப்பின ஒருங்கிணைப்பாளர்களின் (3PI) பணிகளை விவாதிக்க.

Or

(b) Describe the different bases for market segmentation and their importance.

சந்தை துணைப்பிரிப்புக்கான பல்வேறு அடிப்படைகள் மற்றும் அவற்றின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக.

12. (a) Explain the difference between differentiated and undifferentiated marketing.

வேறுபடுத்தப்பட்ட சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் வேறுபாடற்ற சந்தைப்படுத்தலுக்கிடையிலான வேறுபாடுகளை விளக்குக.

Or

- (b) How does the nature of logistics networking influence operational efficiency?

சரக்குபோக்குவரத்து வலையமைப்பு இயங்கும் திறனை எவ்வாறு பாதிக்கிறது என்பதை விளக்குக.

13. (a) How can the BCG product portfolio concept help a business review its different products?

BCG தயாரிப்பு போர்ட்டி:போலியோ கொள்கை, ஒரு நிறுவனம் தனது தயாரிப்புகளை மதிப்பீடு செய்ய எவ்வாறு உதவுகிறது என்பதை விளக்குக.

Or

- (b) What are the challenges of implementing global distribution choices?

உலகளாவிய விநியோகத் தேர்வுகளை நடைமுறைப்படுத்தும் போது எதிர்கொள்ளும் சவால்கள் என்ன?

14. (a) Differentiate between WMS and WCS in warehouse operations.

பண்டக்காப்பக் செயல்பாடுகளில் WMS மற்றும் WCS இடையிலான வேறுபாட்டை விளக்குக.

Or

- (b) Portray the features of RFID technology and its applications in transportation.

RFID தொழில்நுட்பத்தின் அம்சங்களை மற்றும் அது போக்குவரத்தில் பயன்படும் விதங்களை விளக்குக.

15. (a) Describe the principles of ISO 9000 and its role in quality management.

ISO 9000 தரச் சான்றிதழின் கொள்கைகள் மற்றும் தர மேலாண்மையில் அதன் பங்கு பற்றி விவரிக்க.

Or

- (b) What are the main components of rail technology that enhance its effectiveness?

ரயில்வே தொழில்நுட்பத்தின் முக்கிய கூறுகள் மற்றும் அதன் செயல்திறனை மேம்படுத்தும் அம்சங்களை விளக்குக.

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Discuss the interdependence of the 4Ps in creating an effective marketing strategy.

ஒரு பயனுள்ள சந்தைப்படுத்தல் உத்தியை உருவாக்குவதில் 4Ps இணைபிணைப்பை விவாதிக்க.

17. How do good relationships with warehouse and transport partners help make a supply chain work better? Give examples.

பண்டகக்காப்பகம் மற்றும் போக்குவரத்து கூட்டாளர்களுடன் நல்ல உறவுகள் ஏற்படுத்துவதால், விநியோகசங்கலி செயல்திறன் எவ்வாறு மேம்படுகிறது என்பதை எடுத்துக்காட்டுகளுடன் விளக்குக.

18. Choose a pricing strategy for a new product. Explain your choice and what you expect from it.

ஒரு புதிய தயாரிப்பிற்கான விலை நிர்ணய உத்தியை தேர்ந்தெடுக்கவும். உங்கள் தேர்வை விளக்கி, அதிலிருந்து நீங்கள் எதிர்பார்க்கும் விளைவுகளை கூறுக.

19. Evaluate the integration of advertisement, sales promotion, and publicity in creating an effective promotional mix.

ஒரு பயனுள்ள விளம்பரக் கலவையை உருவாக்கும் பொழுது, விளம்பரம், விற்பனை ஊக்குவிப்பு மற்றும் பிரசாரத்தின் ஒருங்கிணைப்பை உருவாக்கும் விதத்தை மதிப்பீடு செய்க.

20. Design a multimodal transport model integrating shipping, flight, truck, and rail technologies for an e-commerce firm seeking faster rural delivery.

ஒரு மின்னணு வணிகவியல் நிறுவனத்துக்காக, ஊரக பிரதேசங்களுக்கு வேகமான விநியோகம் மேற்கொள்வதற்காக கப்பல், விமானம், லாரி மற்றும் ரயில்வே தொழில்நுட்பங்களை ஒருங்கிணைக்கும் ஒரு பன்முக போக்குவரத்து மாதிரியை எடுத்துக்காட்டுகளுடன் விளக்குக.

**D-2735**

**Sub. Code**

**36043/31743B3**

**DISTANCE EDUCATION**

**Common for M.B.A/M.B.A. (Marketing Management) DEGREE  
EXAMINATION, MAY 2026.**

**Fourth Semester**

**QUALITY MANAGEMENT**

**(CBCS 2018 – 2019 Academic Year Onwards/CY 2024 to  
CY 2025)**

**Time : Three hours**

**Maximum : 75 marks**

**SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)**

**Answer ALL questions.**

1. How is quality perceived as a challenge in today's market?  
இன்றைய சந்தையில் தரம் எவ்வாறு ஒரு சவாலாக பார்க்கப்படுகிறது?
2. List any two features of the Six Sigma methodology.  
சிக்ஸ் சிக்மா (Six Sigma) முறைமையின் இரண்டு முக்கிய அம்சங்களை குறிப்பிடுக.
3. What are the essential tools used in SQC practices?  
புள்ளிவிவர தரக் கட்டுப்பாட்டு (SQC) நடைமுறைகளில் பயன்படுத்தப்படும் முக்கிய கருவிகள் எவை?
4. State one method used for ensuring vendor quality.  
விற்பனையாளர் தரத்தை உறுதி செய்யும் ஒரு முறையை கூறுக.
5. Give one example of quality-based competition in the market.  
தர அடிப்படையிலான போட்டியின் ஒரு உதாரணத்தை கூறுக.
6. Identify one major focus of quality systems in the United States.  
அமெரிக்காவின் தர அமைப்புகளின் ஒரு முக்கிய கவனப் பகுதியை அடையாளங்காண்க.

7. Name one benefit of implementing TQM on a global scale.

உலகளவில் மொத்த தர மேலாண்மை (TQM) நடைமுறைப்படுத்துவதன் ஒரு நன்மையை குறிப்பிடுக.

8. What is the purpose of the ISO 9000 series?

ISO 9000 தொடர் முறையின் நோக்கம் என்ன?

9. Define Total Quality Management (TQM).

மொத்த தர மேலாண்மை (TQM) என்றதை வரையறு.

10. Difference between the Golden Peacock Award and the Deming Award.

கோல்டன் பீகாக் விருது மற்றும் டெமிங் விருதுக்கிடையிலான வேறுபாட்டை கூறுக.

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

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

11. (a) Discuss the contribution of Joseph Juran to quality improvement.

ஜோசப் ஜூரான் தர மேம்பாட்டில் செய்த பங்களிப்புகளை விவரிக்க.

Or

(b) Explain the important objectives of implementing SQC in a manufacturing process.

ஒரு உற்பத்தி செயல்முறையில் புள்ளிவிவர தரக் கட்டுப்பாடு (SQC) நடைமுறைப்படுத்துவதின் முக்கிய நோக்கங்களை விளக்குக.

12. (a) Highlight the value of Statistical Process Control in managing quality across different stages of manufacturing.

உற்பத்தி செயல்முறையின் பல்வேறு கட்டங்களில் தர மேலாண்மைக்காக புள்ளிவிவர செயல்முறை கட்டுப்பாட்டின் (SPC) மதிப்பைக் குறிப்பிடுக.

Or

(b) Enumerate the impact of poor quality on productivity levels.

குறைவான தரம் உற்பத்தித் திறனில் ஏற்படுத்தும் பாதிப்புகளை பட்டியலிடுக.

13. (a) Explain the need for continuous quality improvement to meet changing consumer expectations.

மாற்றம் அடையும் நுகர்வோர் எதிர்பார்ப்புகளை பூர்த்தி செய்ய தொடர்ச்சியான தர மேம்பாடு ஏன் அவசியம் என்பதை விளக்குக.

Or

- (b) Assess the effectiveness of TQC in delivering product quality improvements compared to TQM.

மொத்த தரக் கட்டுப்பாடு (TQC) மற்றும் மொத்த தர மேலாண்மை (TQM) ஆகியவற்றை ஒப்பிட்டு தயாரிப்பு தர மேம்பாட்டில் TQC எவ்வாறு செயல்திறனைக் கொண்டுள்ளது என்பதை மதிப்பீடு செய்க.

14. (a) Discuss the importance of global benchmarking in improving organizational performance.

உலகளாவிய பெஞ்ச்மார்கிங்கின் முக்கியத்துவம் மற்றும் அது நிறுவன செயல்திறனை மேம்படுத்தும் வகையை விவரிக்க.

Or

- (b) Explain the significance of the QS 14000 series in promoting environmental sustainability.

சுற்றுச்சூழல் நிலைத்தன்மையை ஊக்குவிப்பதில் QS 14000 தொடர் தரச் சான்றிதழ்களின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக.

15. (a) Explore the essential principles of TQM and their relationship with successful leadership practices.

மொத்த தர மேலாண்மையின் (TQM) அடிப்படைக் கொள்கைகள் மற்றும் வெற்றிகரமான தலைமைத்துவ நடைமுறைகளுடனான அவற்றின் தொடர்பை ஆராய்க.

Or

- (b) Analyze the role of recognition and incentive systems in enhancing employee engagement and output.

ஊழியர் ஈடுபாடு மற்றும் செயல்திறனை மேம்படுத்துவதில் அங்கீகாரம் மற்றும் ஊக்கத்தொகை முறைகள் வகிக்கும் பாத்திரத்தை பகுப்பாய்வு செய்க.

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Propose strategies for integrating quality into design, inputs, processes, and outputs to improve overall customer satisfaction.

வடிவமைப்பு, உள்ளீடுகள், செயல்முறைகள் மற்றும் வெளியீடுகளில் தரத்தை ஒருங்கிணைத்து வாடிக்கையாளர் திருப்தியை மேம்படுத்துவதற்கான உத்திகளை முன்மொழிவு செய்க.

17. Investigate a successful zero-defect manufacturing initiative. Highlight the strategic actions and their impact on quality performance.

வெற்றிகரமான பூஜ்ய பிழை (Zero-Defect) உற்பத்தி முயற்சியை ஆய்வு செய்து, அதன் மூலோபாய நடவடிக்கைகள் மற்றும் தர செயல்திறனில் உள்ள தாக்கத்தை விளக்குக.

18. Discuss the benefits of merging JIT and SPC in enhancing the overall effectiveness of TQC.

மொத்த தரக் கட்டுப்பாட்டை (TQC) மேம்படுத்துவதற்காக நேரத்துக்கு ஏற்ப உற்பத்தி (JIT) மற்றும் புள்ளிவிவர செயல்முறை கட்டுப்பாடு (SPC) ஆகியவற்றை ஒன்றிணைப்பதன் நன்மைகளை விவரிக்க.

19. Create a plan to overcome barriers to TQM in an organization. What specific strategies should be implemented?

ஒரு நிறுவனத்தில் மொத்த தர மேலாண்மையை (TQM) நடைமுறைப்படுத்துவதில் ஏற்படும் தடைகளை கடக்க ஒரு திட்டத்தை உருவாக்குக. எந்த வகையான குறிப்பிட்ட உத்திகள் செயல்படுத்தப்பட வேண்டும்?

20. Develop a strategic action plan for a medium-scale Indian manufacturing company aiming to win the Golden Peacock Award.

கோல்டன் பீகாக் விருதை பெற விரும்பும் ஒரு நடுத்தர அளவிலான இந்திய உற்பத்தி நிறுவனத்திற்கு ஒரு மூலோபாய செயல்திட்டத்தை உருவாக்குக.

**D-2736**

**Sub. Code**

**36045**

**DISTANCE EDUCATION**

**M.B.A. (Marketing Management) DEGREE EXAMINATION,  
MAY 2026.**

**Fourth Semester**

**GROWTH MANAGEMENT**

**(CBCS 2018 – 2019 Academic Year Onwards)**

**Time : Three hours**

**Maximum : 75 marks**

**SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)**

**Answer ALL questions.**

1. What is meant by growth management?  
வளர்ச்சி மேலாண்மை என்றால் என்ன?
2. What is a Blue Ocean Strategy?  
ப்ளூ ஓசன் உத்திசார் என்பது என்ன?
3. What are Porter's generic competitive strategies?  
போர்டரின் பொது போட்டி உத்திசார் என்னென்ன?
4. What are competitive compensation programs?  
போட்டி அடிப்படையிலான ஊதியத் திட்டங்கள் என்றால் என்ன?
5. What are change management tools?  
மாற்ற மேலாண்மை கருவிகள் என்பவை யாவை?
6. What is Greiner's model of crisis-induced growth?  
கிரைனரின் நெருக்கடி ஊக்குவித்த வளர்ச்சி மாதிரி என்றால் என்ன?

7. Define the assets and capacity domain.

சொத்துகள் மற்றும் திறன் களத்தை வரையறுக்க.

8. What is meant by the network domain in growth management?

வளர்ச்சி மேலாண்மையில் நெட்வொர்க் களம் என்பதன் பொருள் என்ன?

9. Define "effectiveness enhancement."

“விளைவுத்தன்மை மேம்பாடு” என்பதை வரையறுக்க.

10. List two common strategies for achieving rapid growth.

விரைவான வளர்ச்சியை அடைவதற்கான இரண்டு பொதுவான உத்திகளை பட்டியலிடுக.

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

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

11. (a) Describe the components of the “SIX-S” process in growth management.

வளர்ச்சி மேலாண்மையில் “SIX-S” செயல்முறை உள்ளடக்கங்களை விவரிக்க.

Or

(b) Assess the effectiveness of creative initiatives in improving overall employee engagement.

பணியாளர் மொத்த ஈடுபாட்டை மேம்படுத்துவதில் படைப்புத் திட்டங்களின் முக்கியத்துவம் மற்றும் விளைவுகள் மதிப்பீடு செய்க.

12. (a) Analyze the risks and rewards of pursuing unrelated horizontal growth.

தொடர்பற்ற தடுக்கமான வளர்ச்சியை நோக்கி செல்லும் போது ஏற்படும் அபாயங்கள் மற்றும் நன்மைகளை பகுப்பாய்வு செய்க.

Or

- (b) Describe the components of an effective implementation plan for a growth strategy.

வளர்ச்சி யுத்திக்கான ஒரு பயனுள்ள நடைமுறை திட்டத்தின் கூறுகளை விவரிக்க.

13. (a) Examine the challenges organizations face when implementing strategic staffing plans.

உத்திசார பணியமர்த்தல் திட்டங்களை நடைமுறைப்படுத்தும் போது நிறுவனங்கள் எதிர்கொள்ளும் சவால்களை ஆராய்க.

Or

- (b) Interpret the importance of succession planning in managing leadership continuity.

தலைமைத் தொடர்ச்சியை நிர்வகிப்பதில் வாரிசு திட்டமிடலின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக.

14. (a) Illustrate the potential pitfalls of a lack of synchronization in growth initiatives.

வளர்ச்சி முயற்சிகளில் ஒருங்கிணைப்பு இல்லாமையின் சாத்தியமான பிழைகளை விளக்குக.

Or

- (b) Enumerate the significance of having a high-growth road map for a business.

ஒரு வணிக நிறுவனத்திற்கு உயர் வளர்ச்சி வழிகாட்டி வரைபடம் உள்ளதின் முக்கியத்துவத்தை கூறுக.

15. (a) Discuss the role of asset optimization in ensuring consistent business growth.

தொடர்ச்சியான வணிக வளர்ச்சியை உறுதிப்படுத்த சொத்து மேம்பாடு வகிக்கும் பங்கை விவரிக்க.

Or

- (b) Explain the importance of anticipating un-sought consequences in growth planning.

வளர்ச்சி திட்டமிடலில் எதிர்பாராத விளைவுகளை முன்கூட்டியே கணிக்க வேண்டிய அவசியத்தை விளக்குக.

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. Develop a plan for a company to achieve continuous growth through innovation and market adaptation.

புதுமை மற்றும் சந்தை ஏற்பிழைப்பு மூலமாக தொடர்ச்சியான வளர்ச்சியை அடைய ஒரு நிறுவனத்திற்கான திட்டத்தை உருவாக்குக.

17. Evaluate the effectiveness of different communication tools in facilitating two-way communication.

இருபுற தகவல்தொடர்பை எளிதாக்கும் வகையில் பயன்படுத்தப்படும் தகவல்தொடர்பு கருவிகளின் விளைவுத்தன்மையை மதிப்பீடு செய்க.

18. Analyze the contribution of formal mentoring programs to entrepreneurial or corporate growth.

தொழில் முனைவோர் அல்லது நிறுவன வளர்ச்சிக்கு உதவும் வகையில் அதிகாரபூர்வ வழிகாட்டல் திட்டங்கள் வழங்கும் பங்களிப்பை பகுப்பாய்வு செய்க.

19. Examine the Strategic importance of remaining alert to market changes and emerging trends in sustaining business growth.

வணிக வளர்ச்சியைத் தொடர்ந்து நிலைநிறுத்துவதற்காக சந்தை மாற்றங்கள் மற்றும் புதிய போக்குகளுக்கான விழிப்புணர்வை பராமரிக்கும் உத்திசார் தேவைப்பாட்டை ஆராய்க.

20. Compare and contrast the benefits and risks associated with Kaizen and radical innovation in the context of sustainable growth.

திறன் வளர்ச்சி சூழலில் கைசன் (Kaizen) மற்றும் முற்றிலும் புதிய புதுமை ஆகியவற்றுடன் தொடர்புடைய நன்மைகள் மற்றும் அபாயங்களை ஒப்பிடுக மற்றும் மாறுபாட்டை விளக்குக.