

M.Com. (Semester-I) (CGS) Examination

SERVICES MARKETING AND CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Paper—102

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

Note :— (1) Attempt both the Sections A and B.

(2) All the questions in Section 'A' are multiple choice questions carrying 1 mark each and in Section B carrying equal marks i.e. 12 each.

SECTION—A

Answer the following questions by choosing the correct option from those given below :

1. Service marketing become difficult because of : 1
(A) No demand (B) No more complex market
(C) Intangibility (D) Difficult to enter the market
2. Which of the following business would be characterized as a pure service ? 1
(A) Insurance (B) Farming
(C) Mining (D) There is no such thing as a pure service
3. In effective target market, marketers should focus on : 1
(A) Market Segmentation (B) Market Targeting
(C) Market Positioning (D) All of the above
4. _____ exists when all consumers have almost the same preferences and the market reflects no natural segments. 1
(A) Clustered preferences (B) Diffused preferences
(C) Homogeneous preferences (D) None of the above
5. Customers are showing greater price sensitivity in their search are : 1
(A) The right product (B) The right service
(C) Value (D) Relationships
6. Companies are recognizing that much of their market value comes from _____ particularly their brands, customer base employees, distributor and supplier relations and intellectual capital. 1
(A) Intangible assets (B) Variable assets
(C) Customer preferences (D) The value proposition
7. At the heart of any marketing program is the _____ the firm's tangible offering to the market. 1
(A) Service Offer (B) Product
(C) Packaging (D) Sales support team

8. _____ concept stresses a customer centered approach to marketing. 1
(A) Purchase (B) Selling
(C) Marketing (D) Positioning
9. Focus of services is on : 1
(A) Material availability (B) Time dependency
(C) Customer expectations (D) Market fluctuation
10. Right side of service marketing triangle suggests _____ marketing. 1
(A) Internal (B) External
(C) Gap (D) Executional
11. Production of service is : 1
(A) Regular (B) Time spread
(C) Spontaneous (D) Life long
12. _____ service is an example of financial service. 1
(A) Healthcare (B) Banking
(C) Education (D) Political
13. What is the first 'P' in P₄ ? 1
(A) Promotion (B) Place
(C) Price (D) Product
14. Following one is the element of marketing mix : 1
(A) Target market (B) Promotion
(C) Brand (D) Customer
15. _____ building begins with mission of the company. 1
(A) The relationship strategy (B) Marketing strategy
(C) Organization (D) External market
16. In relationship marketing _____ is of a great concern. 1
(A) Quality (B) Customer contact
(C) Profitably (D) Personal selling
17. _____ group is an influence market. 1
(A) Competitor (B) Political
(C) Employee (D) Customer
18. After sales service is an important part of _____ strategy. 1
(A) Sales (B) Personal selling
(C) Relationship (D) Advertising

19. The _____ relationship relates with the environmental and health issues. 1
(A) Pink (B) Blue
(C) Red (D) Green
20. The parent relationship between the supplier and customer is : 1
(A) Classic network (B) Classic dyad
(C) Classic encounter (D) Classic triad

SECTION—B

1. (A) What do you mean by Service Marketing ? Elucidate the various service sectors in India. 12

OR

- (B) How would you evaluate the growth of service sector marketing vs. goods marketing ? 12

2. (A) Define Marketing Mix. Explain various elements of Service Marketing Mix. 12

OR

- (B) What is meant by Marketing Segmentation ? How do we segment for services ? What are various factors influencing it ? 12

3. (A) "Tourism plays an important role in nations economy." What strategies would you suggest for the growth of tourism service marketing ? 12

OR

- (B) Explain the significance of segmentation in Banking Services. 12

4. (A) What do you mean by relationship marketing ? Explain its scope. 12

OR

- (B) Explain the attributes and determinants of relational exchanges. 12

5. (A) What is customer selection ? Explain the factors affecting customer selection. 12

OR

- (B) What is customer relationship strategy ? What are its determinants ? Explain. 12

M.Com. (Semester-I) (CGS) Examination
SERVICES MARKETING AND CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
Paper—102

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

(मराठी माध्यम)

सूचना :—(1) दोन्ही विभाग अ आणि ब सोडविणे अनिवार्य आहे.

(2) विभाग 'अ' मध्ये 20 गुण असून 20 बहुपर्यायी प्रश्न आहेत. ज्यावर समान गुण आहेत.
विभाग 'ब' मध्ये 60 गुण असून सर्व प्रश्नांना 12 गुण आहेत.

विभाग—अ

खाली दिलेल्या प्रश्नांचे योग्य विकल्प निवडा

1. सेवा विपणन _____ च्या कारणाने कठीण झाले आहे. 1
(अ) मागणी नाही (ब) विपणी अधिक गुंतागुंत नाही
(क) अदृश्यता (ड) विपणी प्रवेश कठीण
2. खालीलपैकी कोणत्या व्यवसायास शुद्ध सेवा म्हणून ओळखले जाते ? 1
(अ) विमा (ब) शेती
(क) खनिज (ड) यापैकी कोणतीही गोष्ट शुद्ध सेवा नाही
3. प्रभावी लक्ष्य विपणीत, विपणनकाने _____ वर लक्ष दिले पाहिजे. 1
(अ) विपणी विभाजन (ब) विपणी लक्ष्य
(क) विपणी स्थिती (ड) वरीलपैकी सर्व
4. _____ अस्तित्वात असतात जेव्हा सर्व ग्राहकांचा एकसारखा प्राधान्यमुल असतो आणि बाजार नैसर्गीक विभाजन दर्शवित नाही. 1
(अ) 'क्लस्टर्ड' प्राधान्य (ब) 'डिफ्यूज्ड' प्राधान्य
(क) एक समान प्राधान्य (ड) वरीलपैकी नाही
5. ग्राहकांच्या अधिक किंमत संवेदनशील शोधात _____ असते. 1
(अ) योग्य उत्पादन (ब) योग्य सेवा
(क) मूल्य (ड) संबंध
6. कंपनी तोच्या _____ चे मूल्यावर विशेषतः ब्रॉण्ड, ग्राहक आधारावर, कर्मचारी, वितरक व पुरवठादाराशी संबंध व बौद्धिक भांडवलाने अधिक ओळखतत 1
(अ) अदृश्य संपत्ती (ब) चल संपत्ती
(क) ग्राहक प्राधान्य (ड) मूल्य अनुपात
7. कोणत्याही विपणन कार्यक्रमाचा केंद्र _____ आहे. 'फर्म' विपणीत दृश्यरूपात 'ऑफर' देत असते. 1
(अ) सेवा ऑफर (ब) उत्पादन
(क) पॅकेजिंग (ड) सेल्स सपोर्ट टिम

8. _____ संकल्पना विपणन ग्राहक केंद्रीत दृष्टीकोनावर जोर देते. 1
(अ) खरेदी (ब) विक्रय
(क) विपणन (ड) स्थान
9. सेवांचे केन्द्र _____ वर आहे. 1
(अ) साहित्य उपलब्धता (ब) बेळ अवलंबन
(क) ग्राहक अपेक्षा (ड) विपणी चढउतार
10. सेवा विपणनाचा त्रिकोणाची उजवी बाजू _____ विपणन सुचविते. 1
(अ) अंतर्गत (ब) बाह्य
(क) अंतर (ड) एक्झेक्यूशनल (अंमल)
11. सेवांचे उत्पादन _____ आहे. 1
(अ) तत्क्षणीक (ब) काळप्रसारक
(क) नियमित (ड) दिर्घकाळासाठी
12. _____ सेवा हे वित्तीय सेवेचे उदाहरण आहे. 1
(अ) स्वास्थ्य सुरक्षा (ब) बँकींग
(क) शिक्षा (ड) राजकीय
13. P₄ मध्ये पहिला 'P' काय आहे ? 1
(अ) संवर्धन (ब) स्थान
(क) किंमत (ड) उत्पादन
14. खालीलपैकी एक हे विपणन मिश्राचा घटक आहे : 1
(अ) टारगेट मार्केट (ब) संवर्धन
(क) ब्रॅण्ड (ड) ग्राहक
15. _____ बांधणी कंपनीच्या मिशनपासून सुरू होते. 1
(अ) संबंधात्मक व्यूहरचना (ब) विपणन व्यूहरचना
(क) संघटन (ड) बाह्य विपणन
16. संबंधात्मक विपणनात _____ अत्यंत आस्थेचा विषय आहे. 1
(अ) गुणवत्ता (ब) ग्राहक संपर्क
(क) लाभप्रदता (ड) व्यक्तिगत विक्रय
17. _____ समूह एक प्रभावशाली विपणी आहे. 1
(अ) स्पर्धक (ब) राजकीय
(क) कर्मचारी (ड) ग्राहक
18. विक्रयोत्तर सेवा _____ व्यूहरचनेचा भाग आहे. 1
(अ) विक्रय (ब) व्यक्तिगत विक्री
(क) संबंधात्मक (ड) जाहीरात

19. _____ रिलेशनशिपचा संबंध न्याविरण व अंतर्ग्राही निगडीत आहे. 1
(अ) गुलाबी (ब) निळा
(क) लाल (ड) हिरवा
20. पुरवठादार व ग्राहकातील मूळ संबंध _____ आहे. 1
(अ) क्लासीक नेटवर्क (ब) क्लासीक डेयाड (Dyad)
(क) क्लासीक इनकाऊन्टर (ड) क्लासीक ट्रेड (Triad)

विभाग—व

1. (अ) सेवा विपणन म्हणजे काय ? भारतातील विविध सेवा क्षेत्रांचे स्पष्टीकरण द्या. 12
किंवा
(ब) 'सेवा विपणन' विरुद्ध (उलट) 'वस्तू विपणन' क्षेत्रातील वृद्धीचे मूल्यमापन आपण कसे कराल ? 12
2. (अ) 'विपणन मिश्र' ची व्याख्या द्या सेवा विपणन मिश्रचे विविध घटक स्पष्ट करा. 12
किंवा
(ब) विपणन विभाजन म्हणजे काय ? आपण सेवांचे विभाजन कसे कराल ? त्यांना प्रभावीत करणारे विविध घटक कोणते आहेत ? 12
3. (अ) "राष्ट्राच्या अर्थव्यवस्थेत पर्यटनची महत्वाची भूमिका आहे." पर्यटन विपणनाच्या वृद्धीकरिता आपण काय व्यूहरचना सुचवाल. 12

किंवा

- (ब) अधिकोष सेवांच्या विभाजनाचे महत्त्व स्पष्ट करा. 12
4. (अ) संबंधात्मक विपणन यापासून आपणास काय अर्थबोध होतो ? त्याची व्याप्ती स्पष्ट करा. 12
किंवा
(ब) संबंधात्मक आदान-प्रदानांचे विशेष गुणधर्म व निर्धारक घटक स्पष्ट करा. 12
5. (अ) ग्राहक निवड म्हणजे काय ? ग्राहकांच्या निवडीवर प्रभाव पाडणारे घटक स्पष्ट करा. 12

किंवा

- (ब) ग्राहक संबंधाची व्यूहरचना म्हणजे काय ? तोचे निर्धारित करणारे घटक कोणते ? स्पष्ट करा. 12

M.Com. (Semester-I) (CGS) Examination

SERVICES MARKETING AND CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Paper—102

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

(हिन्दी माध्यम)

सूचना :—(1) दोनों विभाग अ तथा ब हल करें।

(2) विभाग 'अ' में 20 प्रश्न हैं जिन पर 20 अंक हैं। विभाग 'ब' में 60 अंक हैं, सभी प्रश्नों पर 12 अंक हैं।

विभाग—अ

नीचे दिये गये प्रश्नों के सही विकल्प चुनिये :

1. सेवा विपणन _____ के कारणों से जटिल हुआ है। 1
(अ) माँग नहीं (ब) विपणी ज्यादा जटिल नहीं
(क) अदृश्यता (ड) विपणी प्रवेश जटिल
2. निम्न में से कौनसे व्यवसाय को शुद्ध सेवा में जाना जायेगा ? 1
(अ) बीमा (ब) खेती
(क) खनिज (ड) इसमें कोई शुद्ध सेवा नहीं है
3. प्रभावी लक्ष्यीत बाजार में, मार्केटर को _____ पर ध्यान केन्द्रित करना चाहिये। 1
(अ) विपणी विभाजन (ब) विपणी लक्ष्य
(क) विपणी स्थिती (ड) उपरोक्त में से सभी
4. _____ मौजूद होती है, जब सभी उपभोक्ताओं की लगभग समान प्राथमिकता होती है और बाजार प्राकृतिक खंड को नहीं दर्शाता है। 1
(अ) तरजीह दी (क्लस्टर्ड) प्राथमिकता (ब) 'डिफ्यूज्ड' प्राथमिकता
(क) एक समान प्राथमिकता (ड) उपरोक्त में से नहीं
5. ग्राहकों की अधिकतर मूल्य संवेदनशील शोध ही _____ होता है। 1
(अ) योग्य उत्पादन (ब) योग्य सेवा
(क) मूल्य (ड) संबंध
6. कंपनी उसके _____ के मूल्य पर विशेषतः ब्रॉण्ड, ग्राहक आधार, कर्मचारी, वितरक एवं प्रदायक संबंध एवं बौद्धिक संपदा से अधिकतर जाना जाता है। 1
(अ) अदृश्य संपत्ति (ब) चल संपत्ति
(क) ग्राहक प्राथमिकता (ड) मूल्य अनुपात
7. किसी भी विपणन कार्यक्रम का केंद्र _____ है 'फर्म' विपणी में दृश्य 'ऑफर' दिया करती है। 1
(अ) सेवा ऑफर (ब) उत्पादन
(क) पैकेजिंग (ड) सेल्स सपोर्ट टीम

8. _____ संकल्पना विपणन ग्राहक केंद्रित दृष्टिकोण पर जोर देती है। 1
(अ) क्रय (ब) विक्रय
(क) विपणन (ड) स्थान
9. सेवाओं के केन्द्र _____ पर है। 1
(अ) साहित्य उपलब्धता (ब) समय पर निर्भर
(क) ग्राहक अपेक्षा (ड) विपणी चढ़ाव उतार
10. सेवा विपणन त्रिकोण की दाईं बाजू _____ विपणन दर्शाती है। 1
(अ) अंतर्गत (Internal) (ब) बाह्य (External)
(क) अंतर (ड) एक्सेक्यूशनल (अंमल)
11. सेवाओं का उत्पादन _____ है। 1
(अ) तत्क्षण (ब) समय प्रसारक
(क) नियमित (ड) लम्बे समय के लिये
12. _____ सेवा यह विस्तीय सेवा का उदाहरण है। 1
(अ) स्वास्थ्य सुरक्षा (ब) बैंकिंग
(क) शिक्षा (ड) राजकीय
13. P_4 में पहला 'P' क्या है ? 1
(अ) संवर्धन (ब) स्थान
(क) कीमता (ड) उत्पाद
14. निम्न में से एक विपणन मिश्र का घटक है : 1
(अ) टार्गेट मार्केट (ब) संवर्धन
(क) ब्रेण्ड (ड) ग्राहक
15. _____ बांधणी कंपनी के मिशन से शुरू होती है। 1
(अ) संबंधात्मक व्यूहरचना (ब) विपणन व्यूहरचना
(क) संघटन (ड) बाह्य विपणन
16. संबंधात्मक विपणन में _____ बृहत दिलचस्पी का विषय है। 1
(अ) गुणवत्ता (ब) उपभोक्ता संपर्क
(क) लाभप्रदता (ड) व्यक्तिगत विक्रय
17. _____ समूह एक प्रभावशाली विपणी है। 1
(अ) स्पर्धक (ब) राजकीय
(क) कर्मचारी (ड) उपभोक्ता
18. विक्रयोत्तर सेवा _____ व्यूहरचना का हिस्सा है। 1
(अ) विक्रय (ब) व्यक्तिगत विक्री
(क) संबंधात्मक (ड) जाहीरात

19. _____ रिलेशनशिप का संबंध पर्यावरण एवं स्वास्थ्य से सम्बन्धित है। 1
(अ) गुलाबी (ब) नीला
(क) ताल (ड) हरा
20. 'सप्लायर' एवं उपभोक्ता में मूल संबंध _____ है। 1
(अ) क्लासिक नेटवर्क (ब) क्लासिक डेयाड (Dyad)
(क) क्लासिक इनकाऊन्टर (ड) क्लासिक ट्रेड (Triad)

विभाग—ब

1. (अ) सेवा विपणन से आप क्या समझते हैं ? भारत में उपलब्ध विभिन्न सेवा क्षेत्रों का स्पष्टीकरण कीजिये। 12

अथवा

- (ब) 'सेवा विपणन' बनाम 'वस्तु (उत्पाद) विपणन' क्षेत्र की वृद्धि का मूल्यमापन आप कैसे करोगे ? 12
2. (अ) 'विपणन मिश्र' की व्याख्या कीजिये। सेवा विपणन मिश्र के विभिन्न घटकों को स्पष्ट कीजिये। 12

अथवा

- (ब) 'विपणन विभाजन' याने क्या ? आप सेवाओं को कैसे विभाजित (Segment) करोगे ? उसे प्रभावित करनेवाले विभिन्न घटक कौनसे हैं ? 12
3. (अ) "राष्ट्र की अर्थव्यवस्था में पर्यटन (Tourism) की महत्वपूर्ण भूमिका है।" पर्यटन विपणन में वृद्धि के लिये आप क्या व्यवहरचना सुझाओगे ? 12

अथवा

- (ब) अधिकोषण सेवाओं में विभाजन का महत्व स्पष्ट कीजिये। 12
4. (अ) संबंधात्मक विपणन से आप क्या समझते हैं ? उसकी व्याप्ति स्पष्ट कीजिये। 12

अथवा

- (ब) संबंधात्मक आदान-प्रदान के विशेष गुण और निर्धारक घटक स्पष्ट कीजिये। 12
5. (अ) ग्राहक चयन क्या है ? ग्राहक चयन पर प्रभाव डालनेवाले घटकों को स्पष्ट कीजिये। 12

अथवा

- (ब) ग्राहक संबंध व्यवहरचना क्या है ? उसके निर्धारित करनेवाले घटक कौनसे हैं ? स्पष्ट कीजिये। 12