

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

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

Note :—(1) Attempt both the Sections.

(2) Section 'A' carries **20** marks with **20** multiple choice questions, with equal marks.

(3) Section 'B' carries **60** marks, all questions carry equal marks.

SECTION—A

1. Production of service is _____. 1
(a) spontaneous (b) time spread
(c) regular (d) lifelong
2. _____ is a scale for measuring the quality of services. 1
(a) SQA (b) CSAP
(c) SERQUAL (d) GAP
3. The feature heterogeneity makes it _____ to establish standard. 1
(a) easy (b) specific
(c) clear (d) difficult
4. _____ is the range in which customers do not notice the performance of service. 1
(a) Zone of Adequacy (b) Zone of Predictability
(c) Zone of Tolerance (d) Zone of Desirability
5. Addition of a new service to a firm's existing service portfolio is known as _____ distribution strategy. 1
(a) Multisite (b) Multiservice
(c) Multiselling (d) Multisegment
6. _____ marketing offers potential for personalised messages sent to highly targeted micro segments. 1
(a) Direct (b) Indirect
(c) Virtual (d) Close
7. A product line is a _____ of product or services closely related. 1
(a) synergy (b) development
(c) launching (d) group
8. A _____ is composed of a group of buyers who share common characteristics, needs, purchasing behaviour or consumption patterns. 1
(a) target segment (b) market segment
(c) group of services (d) group of variables

9. Consumers in India spend less on health because of : 1
(a) Free medical services by Government (b) Lack of awareness
(c) Neither (a) nor (b) (d) Both (a) and (b)
10. Marketing mix for financial services aim to market the financial services and schemes _____. 1
(a) profitably (b) at loss
(c) at break even (d) at substantial
11. _____ service is an example of financial service. 1
(a) Healthcare (b) Insurance
(c) Education (d) Political
12. _____ is an intangible component of educational service. 1
(a) Books (b) Institutional Library
(c) Institutional Infrastructure (d) Faculty expertise and Learning
13. Macro level relationship marketing includes _____ market. 1
(a) Employee (b) Customer
(c) Supply (d) All above
14. The way of handling a complaint, _____ can determine quality of future relationship with a dissatisfied customer. 1
(a) Monopoly (b) Closeness
(c) Recovery (d) Membership
15. _____ group is an influence market. 1
(a) Customer (b) Competitor
(c) Employee (d) Political
16. In relationship marketing _____ is of a great concern. 1
(a) Customer commitment (b) Customer contact
(c) Quality (d) All above
17. At the _____, many service organizations record customer information useful in assessing their future needs. 1
(a) Gap in service (b) Initial service encounter
(c) Financial incentives (d) Service delivery
18. What is the first 'S' in 7-S framework ? 1
(a) Strategy (b) Shared value
(c) Style (d) Structure
19. _____ is a non price related means of gaining attention to develop relationship. 1
(a) Handbills (b) Direct mail
(c) Telemarketing (d) Personal Selling

20. _____ are reward to customers for maintaining their relationship. 1
- (a) Non financial incentives (b) Financial incentives
- (c) Mail (d) Records

SECTION—B

1. (A) Write elaborative note on the significance of service marketing in the Indian Perspective. 12

OR

- (B) Why do marketing, operations and human resources have to be closely linked in services but less so in manufacturing ? Give illustrations. 12
2. (A) How can positioning maps help managers better understand and respond to competitive dynamics ? 12

OR

- (B) Why does consumer perception of risk constitute an importance aspect in selecting, purchasing and using services ? How can firm reduce consumer risk perceptions ? 12
3. (A) Define personal selling. Explain its role in the banking services. 12

OR

- (B) How do you segment tourism market ? 12
4. (A) List and discuss the degrees of relationship building. 12

OR

- (B) Explain mega and nano relationships. 12
5. (A) Explain the 7-S framework given by Mckinsey. 12

OR

- (B) Why is targeting the “right customers” so important for successful customer relationship management ? 12

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

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

(मराठी माध्यम)

- नोट :— (1) दोन्ही विभाग सोडविणे अनिवार्य आहे.
(2) विभाग 'अ' मध्ये 20 गुण असून 20 बहुपर्यायी प्रश्न आहेत ज्यावर समान गुण आहेत.
(3) विभाग 'ब' मध्ये 60 गुण असून सर्व प्रश्नांना समान गुण आहेत.

विभाग—'अ'

1. सेवेचे उत्पादन _____ आहे. 1
(अ) तत्क्षणीक (ब) कालप्रसारक
(क) नियमित (ड) लांब काळाकरीता
2. _____ हे सेवेच्या गुणवत्ता आगणनाचे मापनयंत्र आहे. 1
(अ) SQA (ब) CSAP
(क) SERQUAL (ड) गॅप (अंतर)
3. विजातीयता ह्या वैशिष्ट्यामुळे मानक स्थापित करणे _____ होते. 1
(अ) सोपे (ब) विशिष्ट
(क) स्पष्ट (ड) कठिण
4. _____ हे असे सीमा क्षेत्र आहे ज्यामध्ये ग्राहक सेवेची कार्यक्षमता पाहू शकत नाही. 1
(अ) पर्याप्तता क्षेत्र (ब) पूर्वानुमान क्षेत्र
(क) सहनशीलता क्षेत्र (ड) दृक्शक्ती क्षेत्र
5. सस्थेच्या वर्तमान सेवा पोर्ट फोळीओ मध्ये नवीन सेवा जोडव्याला _____ वितरण व्यूहरचना म्हणतात. 1
(अ) बहुक्षेत्रीय (ब) बहुसेवा
(क) बहुविक्रय (ड) बहुविभाजक
6. _____ विपणन बृहत्लक्ष्यीत सूक्ष्म विभाजकांना निजीकृत संदेश पाठविण्याची संभाव्यता प्रेषित करतो. 1
(अ) प्रत्यक्ष (ब) अप्रत्यक्ष
(क) वास्तविक (ड) निकट
7. वस्तूरेखा जवळच्या संबंधीत वस्तू आणि सेवांचा _____ आहे. 1
(अ) ताळमेळ (ब) विकास
(क) प्रारंभ (ड) समूह

8. _____ एक असा उपभोक्ता समूह आहे यांच्या समान विशेषता, गरजा, क्रय आचरण अथवा उपभोग साच्यामध्ये बननेळा असतो. 1
- (अ) लक्ष्यीत विभाजन (ब) विपणी विभाजन
(क) सेवा समूह (ड) चरांचा समूह
9. भारतीय उपभोक्ता स्वास्थ्यावर कमी खर्च करतात कारण : 1
- (अ) सरकार द्वारे मोफत वैद्यकीय सेवा दिल्या जाऊत
(ब) माहितीचा अभाव
(क) (अ) किंवा (ब) नाही
(ड) (अ) आणि (ब) दोन्ही आहे
10. वित्तीय सेवांचा उद्देश विपणन मिश्र वित्त सेवा आणि योजनेचे _____ विपणी करणे आहे. 1
- (अ) लाभकारी पद्धतीने (ब) नूकसान पद्धतीने
(क) समविच्छेदनावर (ड) ठोस
11. _____ सेवा हे वित्तीय सेवेचे उदाहरण आहे. 1
- (अ) स्वास्थ्य सूरक्षा (ब) विमा
(क) शिक्षण (ड) राजकीय
12. _____ हे शिक्षण सेवेचे अदृश्य घटक आहे. 1
- (अ) पुस्तके (ब) संस्थेचे वाचनालय
(क) संस्थांची आधारीक संरचना (ड) संकाय विशेषज्ञ आणि शिक्षण
13. रथूळ स्तरीय संबंध विपणनामध्ये _____ विपणीचा अंतर्भाव होतो. 1
- (अ) कर्मचारी (ब) उपभोक्ता
(क) पूरवठा (ड) यापैकी सर्व
14. तक्रार निवारणामध्ये, _____ असमाधानी ग्राहकाबरोबर भविष्यकाळीन संबंधांची गुणवत्ता ठरवितो. 1
- (अ) एकाधिकार (ब) निकटता
(क) पूनःप्राप्ती (ड) सदस्यता
15. _____ समूह एक प्रभावशाली विपणी आहे. 1
- (अ) उपभोक्ता (ब) स्पर्धक
(क) कर्मचारी (ड) राजकीय
16. संबंध विपणीमध्ये _____ अत्यंत आस्थेचा विषय आहे. 1
- (अ) ग्राहक वचनबद्धता (ब) ग्राहक संपर्क
(क) गुणवत्ता (ड) उपरोक्त सर्व
17. _____ वर, अनेक सेवा संगठन ग्राहकांच्या भविष्यकालीन आवश्यकतांना जाणव्यास कारागर माहितीस अभिलिखित करतात. 1
- (अ) सेवा अंतराळ (Gap) (ब) सुरुवातीचा सेवा (मुकाबला) सामना
(क) वित्तीय उत्तेजक (ड) सेवा वितरण

18. 7-S संरचना मध्ये प्रथम 'S' काय आहे ? 1
(अ) व्यूहरचना (ब) मूल्य आदान प्रदान
(क) स्टॉईल (ड) संरचना
19. संबंध विकासांमध्ये _____ हे लक्ष आकर्षित करणारे गैर किंमती साधन आहे. 1
(अ) हस्त विज्ञापन पत्र (ब) प्रत्यक्ष डाक (मेळ)
(क) दूरसंचार विपणन (ड) व्यक्तीगत विक्रय
20. _____ हे संबंध कायम ठेवण्याकरीता ग्राहकांना दिल्या जाणारे पारितोषीक आहे. 1
(अ) अवित्तीय उत्तेजक (ब) वित्तीय उत्तेजक
(क) डाक (Mail) (ड) अभिळेख

विभाग—'ब'

1. (अ) भारतीय परिप्रेक्ष्यामध्ये सेवा विपणनाचे महत्त्व या विषयावर विस्तृत टिप लिहा. 12
किंवा
(ब) विपणन, क्रियान्वयन आणि मानवी संसाधनांना जवळून जोडून राहणे सेवाक्षेत्रामध्ये गरजेचे आहे परंतु उत्पादनामध्ये नाही, असेका ? उदाहरण द्या. 12
2. (अ) स्पर्धा गतिकीळा चांगल्या प्रकारे समजणे आणि प्रतिक्रिया देव्यामध्ये व्यवस्थापकांना स्थापना नकाशे कसे मदत करतात ? 12
किंवा
(ब) सेवेची निवड, क्रय आणि उपयोग करणे इति मूल्यांवर ग्राहकाची जोखीम संबंधी अनुभूती कशा प्रकारे महत्त्वपूर्ण असते ? 12
3. (अ) 'व्यक्तीगत विक्रय' व्याख्या लिहा. त्याची अधिकोषण सेवेमधील भूमिका विषद करा. 12
किंवा
(ब) पर्यटन विपणीचे विभाजन कसे कराल ? 12
4. (अ) संबंध विकासाच्या स्तरांना सूचीबद्ध करा आणि चर्चा करा. 12
किंवा
(ब) मोटे (mega) आणि अतिसूक्ष्म (nano) संबंधांना स्पष्ट करा. 12
5. (अ) मॅकेसीद्वारे दिलेल्या 7-S संरचना लक्षात घ्या. 12
किंवा
(ब) 'सूयोग्य ग्राहक' लक्षात घ्या. लक्षबद्धी करणे यशस्वी ग्राहक संबंध व्यवस्थापना करिता का महत्त्वपूर्ण आहे ? 12

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

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

(हिन्दी माध्यम)

- नोट :— (1) दोनों विभाग हल करें।
(2) विभाग 'अ' में 20 नं. के 20 बहुविकल्पीय प्रश्न हैं, जिन पर समान अंक हैं।
(3) विभाग 'ब' में 60 अंक हैं। सभी प्रश्नों पर समान अंक हैं।

विभाग—'अ'

1. सेवा का उत्पादन _____ है। 1
(अ) तत्क्षण (ब) समय प्रसारक
(क) नियमित (ड) लम्बे समय के लिये
2. _____ यह सेवा की गुणवत्ता गणन करने का मापन यंत्र हैं। 1
(अ) SQA (ब) CSAP
(क) SERQUAL (ड) गैप (अंतराल)
3. विजातीयता यह विशेषता मानक स्थापित करना _____ करती है। 1
(अ) आसान (ब) विशिष्ट
(क) स्पष्ट (ड) कठिन
4. _____ ऐसा सीमा क्षेत्र है जिसमें उपभोक्ता सेवा के कार्यक्षमता को देख नहीं पाता। 1
(अ) पर्याप्तता का क्षेत्र (ब) पूर्वानुमान का क्षेत्र
(क) सहनशीलता का क्षेत्र (ड) इच्छाशक्ति का क्षेत्र
5. संस्था के वर्तमान सेवा पोर्टफोलियो में नयी सेवा को जोड़ने को _____ वितरण व्यूहरचना कहते हैं। 1
(अ) बहुक्षेत्रीय (ब) बहुसेवा
(क) बहुविक्रय (ड) बहुविभाजन
6. _____ विपणन बृहत् लक्ष्यीत सूक्ष्म विभाजकों को निजीकृत संदेश भेजने की संभाव्यता प्रेषित करता है। 1
(अ) प्रत्यक्ष (ब) अप्रत्यक्ष
(क) वास्तविक (ड) निकट
7. वस्तु रेखा नजदीकी संबंधित वस्तु तथा सेवाओं का _____ है। 1
(अ) तालमेल (ब) विकास
(क) प्रारंभ (ड) समूह

8. _____ एक ऐसे उपभोक्ताओं का समूह है जो समान विशेषताएं, जरूरतें, क्रय आचरण या उपभोग साँचे से बनी होती हैं। 1
- (अ) लक्ष्यीत विभाजन (ब) विपणी विभाजन
(क) सेवा का समूह (ड) चरों का समूह
9. भारतीय उपभोक्ता स्वास्थ्य पर कम खर्च करते हैं क्योंकि : 1
- (अ) शासन द्वारा मुफ्त वैद्यकीय सेवाएं दी जाना
(ब) जानकारी का अभाव
(क) (अ) या (ब) नहीं
(ड) (अ) और (ब) दोनों ही
10. वित्तीय सेवाओं का उद्देश्य विपणन मिश्र वित्त सेवा और योजना को _____ विपणी करना है। 1
- (अ) लाभकारी ढंग से (ब) हानि के साथ
(क) समविच्छेदन पर (ड) ठोस
11. _____ सेवा यह वित्तीय सेवा का उदाहरण है। 1
- (अ) स्वास्थ्य सुरक्षा (ब) बीमा
(क) शिक्षा (ड) राजकीय
12. _____ यह शिक्षा सेवा का अदृश्य घटक है। 1
- (अ) किताबें (ब) संस्था का वाचनालय
(क) संस्था की आधारीक संरचना (ड) संकाय विशेषज्ञ तथा शिक्षा
13. स्थूल स्तरीय संबंध विपणन में _____ विपणी का अंतर्भाव होता है। 1
- (अ) कर्मचारी (ब) उपभोक्ता
(क) पूर्ति (ड) उपरोक्त सभी
14. शिकायत निराकरण करने के तरीके में, _____ असमाधानी ग्राहक के साथ भविष्यकालीन संबंध की गुणवत्ता तय करता है। 1
- (अ) एकाधिकार (ब) निकटता
(क) पुनःप्राप्ति (ड) सदस्यता
15. _____ समूह एक प्रभावशाली विपणी है। 1
- (अ) उपभोक्ता (ब) स्पर्धक
(क) कर्मचारी (ड) राजकीय
16. संबंध विपणी में _____ बृहत् दिलचस्पी का विषय है। 1
- (अ) उपभोक्ता वचनबद्धता (ब) उपभोक्ता संपर्क
(क) गुणवत्ता (ड) उपरोक्त सभी

17. _____ पर, कई सेवा संगठन उपभोक्ताओं की भविष्यकालीन जरूरतों को जानने में कारागर जानकारी अभिलिखित करते हैं। 1
- (अ) सेवा अंतराल (ब) शुरूआती सेवा मुकाबला
(क) वित्तीय उत्तेजक (ड) सेवा वितरण
18. 7-S संरचना में प्रथम 'S' क्या है ? 1
- (अ) व्यूहरचना (ब) मूल्य आदान प्रदान
(क) स्टार्डिल (ड) संरचना
19. संबंध विकास में _____ यह ध्यान आकर्षित करने वाला गैर कीमती साधन है। 1
- (अ) हस्त विज्ञापन पत्र (ब) प्रत्यक्ष डाक (Mail)
(क) दूरसंचार विपणन (ड) व्यक्तिगत विक्रय
20. _____ यह संबंध बरकरार रखने के लिये उपभोक्ता को दिया जानेवाला पारितोषिक है। 1
- (अ) अवितीय उत्तेजक (ब) वित्तीय उत्तेजक
(क) डाक (ड) अभिलेख

विभाग—'ब'

1. (अ) भारतीय परिप्रेक्ष्य में सेवा विपणन का महत्व इस विषय पर विस्तृत टिप्पणी लिखें। 12

अथवा

- (ब) विपणन, क्रियान्वयन तथा मानवी संसाधन को निकटता से जुड़े रहना सेवाक्षेत्र में जरूरी है पर उत्पादन में नहीं, ऐसा क्यों ? उदाहरण दीजिये। 12

2. (अ) स्पर्धा गतिकी को बेहतर समझने और प्रतिक्रिया देने में व्यवस्थापक को स्थम्पना नक्शे किस प्रकार मददगार साबित होते हैं ? 12

अथवा

- (ब) सेवा के चयन, क्रय तथा प्रयोग करने जैसे मुद्दों पर उपभोक्ता की जोखिम संबंधी अनुभूति किस प्रकार महत्वपूर्ण विषय होती है ? 12

3. (अ) व्यक्तिगत विक्रय को परिभाषित कीजिये। उसकी अधिकोषण सेवा में भूमिका विषद कीजिये। 12

अथवा

- (ब) पर्यटन विपणी को कैसे विभाजित करेंगे ? 12

4. (अ) संबंध विकास के स्तरों को सूचीबद्ध करें और चर्चा करें। 12

अथवा

- (ब) बड़े (mega) तथा अतिसूक्ष्म (nano) संबंध को स्पष्ट कीजिये। 12

5. (अ) मॅकेंसी द्वारा दिये हुये 7-S संरचना को स्पष्ट कीजिये। 12

अथवा

- (ब) 'सुयोग्य उपभोक्ता' को लक्ष्यीत करना सफल उपभोक्ता संबंध व्यवस्थापन के लिये क्यों महत्वपूर्ण है ? 12

