

AU-1541

M.Com. Semester—I (New) Examination
SERVICE MARKETING AND CUSTOMER
(Relationship Management)

Paper—102

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

N.B. :— (1) Attempt **Both** the Sections.

(2) All the questions in Section 'A' are Multiple Choice Questions carrying 1 mark each and in Section 'B' carry equal marks i.e. 12 each.

SECTION—A

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

1. _____ is not the characteristic of services. 1
 (a) Intangibility (b) Inflexibility in Supply
 (c) Variation from person to person (d) Tangibility
2. _____ , _____ and _____ are the pillars of service marketing triangle. 1
 (a) Company, products and market (b) Company, shareholders and market
 (c) Company, employees and market (d) Company, distributors and market
3. Focus of services is on _____. 1
 (a) Material availability (b) Time dependency
 (c) Market fluctuation (d) Customer Expectations
4. _____ measures simplify the process of building service aspirations among the prospects. 1
 (a) Promotional (b) Physical distribution
 (c) Process-oriented (d) People-oriented
5. Expansion of a service to another location is known as _____ distribution strategy. 1
 (a) Multisite (b) Multiproduct
 (c) Multiservice (d) Multisegment

6. _____ is an example of direct marketing tool of sales promotion. 1
 (a) Exhibition (b) Lobbying
 (c) Symbols and Logos (d) Telemarketing
7. _____ strategy involves tailoring capacity to match variations in demand. 1
 (a) Launching product (b) Synergetic
 (c) Chasing demand (d) Product Novation
8. _____ focuses our attention on the actual procedure adopted for generating services. 1
 (a) Process (b) Physical evidence
 (c) People (d) Place
9. Quality in banking services directly influences the _____ of the bank. 1
 (a) Market mix (b) Processing of services
 (c) Customer base (d) Image
10. _____ business is concerned with the guaranteeing compensation in the event of loss, damage to property or death. 1
 (a) Insurance (b) Medical
 (c) Hospitality (d) Health Care
11. _____ tourist segment's main common interest is pilgrimage. 1
 (a) Adolescents (b) Children
 (c) New Wed Couples (d) Old age
12. The consumers spending on health in India is predictably quite _____. 1
 (a) Moderate (b) Low
 (c) High (d) Unclear
13. Major objective of _____ is to turn new customers into regularly purchasing clients. 1
 (a) Customer retention policy (b) Customer awareness policy
 (c) Relationship marketing (d) Customer expectation

14. At _____ level of relationship marketing seller calls the customer from time to time with updates on improvement to make consumption more satisfying. 1
 (a) Reactive (b) Partnership
 (c) Proactive (d) Basic
15. At _____ marketing, closeness of the customer is lost and relationship becomes distant. 1
 (a) Personal (b) Mass
 (c) Special (d) Individual
16. The _____ relationship relates with the environmental and health issues. 1
 (a) Pink (b) Blue
 (c) Green (d) Red
17. Strategies aimed at improving relationship with suppliers is also referred to as _____ marketing. 1
 (a) Straight (b) Forward
 (c) Reverse (d) Proactive
18. An intensive relationship can develop where customers assign considerable responsibility to services for _____ their needs. 1
 (a) Clarifying (b) Identifying
 (c) Satisfying (d) Nurturing
19. The 7-S framework is given by _____. 1
 (a) McDowell (b) McDonald
 (c) McDorald (d) McKinsey
20. Possibility of relationship developing can occur only where parties _____ to enter into exchange transaction. 1
 (a) Enjoy (b) Demand
 (c) Mutually desire (d) Disinterested

SECTION—B

1. (a) What do you mean by services ? Distinguish between goods and services. 12

OR

- (b) What are the main reasons for the growing share of the Service Sector in all major economies of the world ? 12

2. (a) Explain how positioning distinguishes a brand from its customers and specify in short how to develop an effective positioning strategy. 12

OR

- (b) How do you identify and select target market segment ? 12

3. (a) Focus and write on the factors influencing the behavioural profile of users of insurance services. 12

OR

- (b) How do you ascertain quality control in tourism industry ? 12

4. (a) Explain classic market and special market relationships. 12

OR

- (b) What is customer relationship management ? What is its importance in today's arena ? 12

5. (a) How do the various strategies described in the 'Wheel of loyalty' relate to one another ? 12

OR

- (b) How to get customer relationship management implementation right ? 12

AU-1541

M.Com. Semester—I (New) Examination
SERVICE MARKETING AND CUSTOMER
(Relationship Management)
Paper—102

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

(मराठी माध्यम)

सूचना :- (1) दोन्ही विभाग सोडवणे 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 गुण आहेत.

विभाग—अ

खाली दिलेल्या प्रश्नांचे योग्य विकल्प निवडा :

1. _____ सेवेचे वैशिष्ट्य नाही. 1
 (अ) अदृश्यता (ब) पूरवठ्यामध्ये अलवचिकता
 (क) व्यक्ती-व्यक्ती मधील अंतर (विचरण) (ड) दृश्यता
2. सेवा विपणन त्रिकोणामध्ये _____, _____ व _____ स्तंभ आहेत 1
 (अ) कंपनी, उत्पाद, आणि बाजारपेठ (ब) कंपनी, भागधारी, आणि बाजारपेठ
 (क) कंपनी, कर्मचारी, आणि बाजारपेठ (ड) कंपनी, वितरक, आणि बाजारपेठ
3. सेवांचे लक्ष्य _____ वर आहे. 1
 (अ) मालाची उपलब्धता (ब) काळनिर्भरता
 (क) बाजारपेणेतील उतारचढाव (ड) ग्राहक अपेक्षा
4. _____ उपाय ग्राहकांच्या मनामध्ये सेवा अभिलाषा निर्माण प्रक्रियेला सरळ करतात. 1
 (अ) संवर्धन (ब) भौतिक वितरण
 (क) प्रक्रियोन्मुख (ड) व्यक्तीउन्मुख
5. कोणत्याहीदू सऱ्या स्थानावर सेवांच्या विस्ताराका _____ वितरण व्यूहरचनेच्या रूपात जाणनाम. 1
 (अ) बहूस्थळीय (ब) बहूउत्पाद
 (क) बहूसेवा (ड) बहूविभाजन

6. _____ विक्रय संवर्धनाच्या प्रत्यक्ष साधनाचे उदाहरण आहे. 1
 (अ) प्रदर्शनीत (ब) लॉबींग
 (क) प्रतिक आणि चिन्ह (ड) दूरसंचार विपणन
7. _____ व्यूहरचनेमध्ये मागणी विचलनाशी मेळ तयार करण्याची क्षमता सम्मिलित आहे. 1
 (अ) उत्पाद प्रारंभ (ब) ताळमेळ सहित
 (क) मागणीचा पिच्छा (ड) उत्पाद नविनीकरण
8. _____ आपले लक्ष, सेवांच्या निर्माणामध्ये स्विकृत वास्तविक प्रक्रियेवर केंद्रित करविने 1
 (अ) प्रक्रिया (ब) भौतीक साक्ष्य
 (क) मानव (ड) स्थान
9. अधिकोषन सेवेमध्ये दर्जा सरळ अधिकोषाच्या _____ ला प्रभावीत करतो. 1
 (अ) विपणी मिश्र (ब) सेवा प्रक्रिया
 (क) ग्राहक आधार (ड) प्रतिमा
10. _____ व्यवसायनूकसान, संपत्तीळ क्षती किंवा मृत्यूच्या समयी क्षतिपूर्तीच्या आशवासनाशी संबंधीत आहे. 1
 (अ) विमा (ब) वैद्यकीय
 (क) आनिध्यसत्कार (ड) स्वास्थ्य रक्षा
11. _____ पर्यटक विभाजकाचे मुख्य सामान्य अभिरूची तिर्थयात्रा आहे. 1
 (अ) नवयूवक (ब) मूळे
 (क) नवीन लग्नाचे जोडपे (ड) म्हानारे
12. भारतामध्ये आरोग्यावर खर्च पूर्वानूमानाच्या अपेक्षेत अत्याधीक _____ आहे 1
 (अ) मध्यम (ब) कमी
 (क) जास्त (ड) अस्पष्ट
13. _____ चा मुख्य उद्देश नवीन ग्राहकांना नियमित क्रय करणाऱ्या ग्राहकांमध्ये बदलणे आहे. 1
 (अ) ग्राहक अवधारण निती (ब) ग्राहक जागरूकता निती
 (क) संबंध विपणन (ड) ग्राहक अपेक्षा

14. संबंध विपणनाच्या _____ स्तरामध्ये विक्रेता ग्राहकाला वेळोवेळी आधुनिक सुधारांसाठी बोलावितो ज्यायोगे उपभोग समाधान वाढवला जाऊ शकेल. 1
- (अ) प्रतिक्रियात्मक (ब) भागीदारी
(क) सक्रिय (ड) मूळ
15. _____ विपणनात, उपभोक्त्या सोबत निकटता समाप्त होते आणि संबंधामधील अंतर वाढते. 1
- (अ) निजी (ब) सामूहिक
(क) विशीष्ट (ड) व्यक्तिगत
16. _____ संबंध पर्यावरण आणि स्वास्थ्या संबंधी मामल्यांसोबत जोडकेळा आहे. 1
- (अ) गुलाबी (ब) निळा
(क) हिरवा (ड) लाळ
17. पूर्ववठादारासोबत संबंध सुधारण्यासाठी लक्ष्यीत व्यूहरचनेका _____ विपणन म्हणून उल्लेखित केले जाते. 1
- (अ) सरळ (ब) अग्रस्थ
(क) मागे चाळणारा (ड) सक्रिय
18. गहन संबंध विकसीत होतात, जिथे ग्राहक सेवांच्या संदर्भात त्याच्या गरजांना _____ ची मुख्य जबाबदारी देऊ शकतात. 1
- (अ) स्पष्टीकरण (ब) ओळखणे
(क) समाधान करणे (ड) पालन पोषण
19. 7-S संरचना _____ यांनी दिलेली आहे. 1
- (अ) मॅकडॉवेल (ब) मॅकडोनाल्ड
(क) मॅकडोराल्ड (ड) मॅकेन्सी
20. संबंध विकसीत होण्याची संभाव्यता फक्त तेव्हाच वाढते जेव्हा पक्ष विनीमय व्यवहार करण्याकरीता _____ असतात. 1
- (अ) आनंद घेणारे (ब) मागणी करणारे
(क) परस्पर इच्छूक (ड) बेजबाबदार

विभाग—ब

1. (अ) 'सेवा' म्हणजे काय ? वस्तू आणि सेवा यामधील फरक सांगा. 12
किंवा
(ब) जगातील मुख्य अर्थव्यवस्थांमध्ये सेवा क्षेत्राच्या वाढत्या प्रमाणाचे मुख्य कारण काय आहेत ? 12
2. (अ) स्थापीत ब्रांड (छाप) त्याच्या ग्राहकांना कसा फरक करून दाखविने हे स्पष्ट करा. तसेच प्रभावी स्थापना व्यूहरचनाकशी विकसीत केली जाते संक्षेपपणे सांगा. 12
किंवा
(ब) लक्ष्यीत विपणी विभाजनास आपण कसे ओळखाल आणि निवड कराल ? 12
3. (अ) विमा सेवा द्वारे ग्राहकांच्या आचरणावर प्रभाव टाकणाऱ्या घटकांवर लक्ष केंद्रीत करा आणि लिहा 12
किंवा
(ब) पर्यटन क्षेत्रामध्ये गुणवत्ता नियंत्रणाचे विश्लेषण आपण कसे कराल ? 12
4. (अ) पारंपारीक विपणी आणि विशेष विपणी संबंध स्पष्ट करा. 12
किंवा
(ब) ग्राहक संबंध व्यवस्थापन म्हणजे काय ? आजच्या काळामध्ये त्याचे महत्व काय आहे ? 12
5. (अ) 'प्रामाणीकता चक्र' मध्ये वर्णित विभिन्न व्यूहरचना कशा प्रकारे एक दुसऱ्याशी संबंधीत असतात ? 12
किंवा
(ब) ग्राहक संबंध व्यवस्थापनाचे कार्यान्वयन सुयोग्य कसे कराल ? 12

AU-1541

M.Com. Semester—I (New) Examination
SERVICE MARKETING AND CUSTOMER
(Relationship Management)
Paper—102

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

(हिन्दी माध्यम)

सूचना :- (1) दोनों विभाग हल करें।

(2) विभाग 'अ' में 20 प्रश्न हैं जिन पर 20 अंक हैं।

(3) विभाग 'ब' में 60 अंक हैं, सभी प्रश्नों पर समान अंक हैं।

विभाग—अ

नीचे दिए गए प्रश्नों के सही विकल्प चुनें :

1. _____ सेवा की विशेषता नहीं है। 1
 (अ) अदृश्यता (ब) पूर्ति में अलौचिकता
 (क) व्यक्ति से व्यक्ति में विचरण (फर्क) (ड) दृश्यता
2. सेवा विपणन त्रिकोण के _____, _____ व _____ स्तंभ हैं। 1
 (अ) कंपनी, उत्पाद एवं बाजार (ब) कंपनी, अंशधारी एवं बाजार
 (क) कंपनी, कर्मचारी एवं बाजार (ड) कंपनी, वितरक एवं बाजार
3. सेवाओं का केंद्रीकरण (Focus) _____ पर है। 1
 (अ) सामग्री की उपलब्धता (ब) समय निर्भरता
 (क) बाजार के उतार-चढ़ाव (ड) ग्राहक अपेक्षा
4. _____ उपाय ग्राहकों के मन में सेवा अभिलाषा निर्माण प्रक्रिया को सरल करता है। 1
 (अ) संवर्धन (ब) भौतिक वितरण
 (क) प्रक्रियोन्मुख (ड) व्यक्ति-उन्मुख

5. किसी दूसरे स्थान पर सेवाओं के विस्तार को _____ वितरण व्यवहचना के रूप में जानते हैं। 1
 (अ) बहुस्थलीय (ब) बहु-उत्पाद
 (क) बहु-सेवा (ड) बहुविभाजन
6. _____ विक्रय संवर्धन का प्रत्यक्ष साधन का उदाहरण है। 1
 (अ) प्रदर्शनी (ब) लॉबींग
 (क) प्रतीक व चिन्ह (ड) दूरसंचार-विपणन
7. _____ व्यवह रचना में मांग विचलन का मिलान तैयार करने की क्षमता शामिल है। 1
 (अ) उत्पादावतरण (ब) तालमेल सहित
 (क) उत्कीर्ण मांग (ड) उत्पाद नवाचार
8. _____ हमारा ध्यान, सेवाओं के निर्माण में रिक्त वास्तविक प्रक्रिया पर केंद्रीत करवाना है। 1
 (अ) प्रक्रिया (ब) भौतिक साक्ष्य
 (क) मानव (ड) स्थान
9. अधिकोषण सेवा में गुणवत्ता सीधे अधिकोष के _____ को प्रभावित करती है। 1
 (अ) विपणी मिश्र (ब) सेवा प्रक्रिया
 (क) ग्राहक आधार (ड) प्रतिमा
10. _____ व्यवसाय हानि, संपत्ति को क्षति अथवा मृत्यु के प्रसंग पर क्षतिपूर्ति के वादे से संबंधित है। 1
 (अ) बीमा (ब) वैद्यकीय
 (क) अतिथ्यसत्कार (ड) स्वास्थ्य रक्षा
11. _____ पर्यटक विभाजक का मुख्य सामान्य रूझान तीर्थयात्रा होता है। 1
 (अ) नवयुवक (ब) बच्चे
 (क) नये शादीशुदा जोड़े (ड) बूढ़ी उम्र के
12. भारत में स्वास्थ्य पर पूर्वानुमानेय रूप से काफी _____ है। 1
 (अ) मध्यम (ब) कम
 (क) ज्यादा (ड) अस्पष्ट

13. _____ का मुख्य उद्देश्य नये ग्राहकों को नियमित क्रय करने वाले ग्राहकों में बदलना है। 1
 (अ) ग्राहक अवधारण नीति (ब) ग्राहक जागरूकता नीति
 (क) संबंध विपणन (ड) ग्राहक अपेक्षा
14. संबंध विपणन के _____ स्तर में विक्रेता ग्राहक को समय-समय पर आधुनिक सुधारों के लिये बुलाता है ताकी उपभोग समाधान बढ़ाया जा सके। 1
 (अ) प्रतिक्रियात्मक (ब) भागीदारी
 (क) सक्रिय (ड) मूल
15. _____ विपणन में, उपभोक्ता के साथ निकटना समाप्त होती है और संबंध के फासले बढ़ते हैं। 1
 (अ) निजि (ब) सामूहिक
 (क) विशिष्ट (ड) वैयक्तिक
16. _____ संबंध पर्यावरण तथा स्वास्थ्य संबंधी मामलों से जुड़े हैं। 1
 (अ) गुलाबी (ब) नीला
 (क) हरा (ड) लाल
17. आपूर्तिकर्ता के साथ संबंध सुधारने के लिये लक्षित व्यूहरचना को _____ विपणन भी उल्लेखित किया जाता है। 1
 (अ) सरल (ब) अग्रस्थ
 (क) पीछे की ओर चलने वाला (ड) सक्रीय
18. गहन संबंध विकसित हो सकते हैं, जहाँ उपभोक्ता सेवा के संदर्भ में उनकी जरूरतों को _____ की मुख्य जिम्मेदारी दे सकते हैं। 1
 (अ) स्पष्टीकरण (ब) पहचानना
 (क) समाधान करना (ड) पालनपोषण
19. 7-S संरचना _____ यांनी दिलेली आहे। 1
 (अ) मॅकडॉवेल (ब) मॅकडोनाल्ड
 (क) मॅकडोराल्ड (ड) मॅकेंसी

20. संबंध विकसित होने की संभाव्यता सिर्फ तभी बढ़ती है। जब पक्ष विनीमय व्यवहार करने लिये _____ होते हैं। 1

(अ) आनंद लेते हैं

(ब) मांग करते हैं

(क) परस्पर इच्छुक

(ड) बेपरवाह

विभाग—ब

1. (अ) 'सेवा' से आप क्या अर्थबोध लेंगे ? वस्तु तथा सेवा के बीच का अंतर बतलाइये। 12

अथवा

(ब) विश्व की मुख्य अर्थव्यवस्थाओं में सेवा क्षेत्र के बढ़ते हिस्से के मुख्य कारण क्या हैं ? 12

2. (अ) स्थापित ब्रांड उसके ग्राहकों को कैसे फर्क करके बनाती है यह स्पष्ट कीजिए। तथा प्रभावी स्थापना व्यूहरचना कैसे विकसित की जाए यह संक्षिप्त में बताएं। 12

अथवा

(ब) लक्ष्यित विपणी विभाजन को आप कैसे पहचानेंगे और चयन करेंगे ? 12

3. (अ) बिमा सेवा द्वारा उपाभोक्ता के आचरण पर प्रभाव डालने वाले घटकों पर ध्यान केंद्रीत करें और लिखें। 12

अथवा

(ब) पर्यटन क्षेत्र में गुणवत्ता नियंत्रण का विश्लेषण आप कैसे करेंगे ? 12

4. (अ) क्लासीक विपणी तथा विशेष विपणी संबंध स्पष्ट कीजिये। 12

अथवा

(ब) ग्राहक संबंध व्यवस्थापन याने क्या ? आज के परिप्रेक्ष्य में उसका महत्व क्या है ? 12

5. (अ) 'प्रामाणीकता चक्र' में वर्णित विभिन्न व्यूहरचनाएँ किस प्रकार एक दूसरे से संबंधित हैं ? 12

अथवा

(ब) ग्राहक संबंध व्यवस्थापन का कार्यान्वयन सुयोग्य कैसे करेंगे ? 12