

M.Com. Part-I (Semester-I) (CBCS) Examination
SERVICES MARKETING & CUSTOMERS RELATIONSHIP MANAGEMENT

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

Note :— (1) It is mandatory to solve all the questions in Group-A.

(2) It is mandatory to solve (A) or (B) in every question in Group B.

GROUP—A

1. Distinct characteristics of services is :

(a) Intangible	(b) Inseparability
(c) Variability	(d) Perishability
2. A _____ is a form of product that consists of activities, benefits or satisfaction offered for sale that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything.

(a) Service	(b) Demand
(c) Need	(d) Physical object
3. All of the following are examples of service except :

(a) Banking	(b) Hotels and motels
(c) Tax preparation	(d) Computer software
4. The services a customer expects are called _____ services package.

(a) Expected	(b) Augmented
(c) Primary	(d) Secondary
5. _____ gives discretion to front-line personnel to meet the needs of consumer's creatively.

(a) Empowerment	(b) Enfranchisement
(c) Service passion	(d) Service climate
6. As part of internal marketing strategy, company takes up :

(a) Performance appraisal	(b) Training the employees
(c) Assigning more responsibilities	(d) Transferring the employees
7. The service quality is determined on the basis of :

(a) Employee involvement	(b) Customer involvement
(c) Top management involvement	(d) Employee and customer involvement

8. Services marketing is important in today's context because it :
- (a) Generates more customers (b) Generates more GDP
(c) Generates more jobs (d) Generates more jobs and GDP
9. The world's largest industry in the private sector and highest projected generator of jobs is :
- (a) The hospitality industry (b) Health services
(c) Professional services (d) Business services
10. Venture capital organized in :
- (a) 1995 (b) 1954
(c) 1952 (d) 1950
11. Sick unit to make them profitable is called :
- (a) Turn around (b) Buyout
(c) Bridge (d) None of these
12. Focusing the firms marketing efforts towards the existing customer base is called :
- (a) Excellent customer service (b) Conquest retention
(c) Customer retention (d) Courteous retention
13. Percentage or number of customers who move from one level to next level in buying decision process is called :
- (a) Loyalty rates (b) Shopping rates
(c) Conversion rates (d) Marketing rates
14. Company's 'customer relationship capital' is another name of :
- (a) Customer conversion (b) Customer retention
(c) Dissatisfied customers (d) Satisfied customers
15. A person's _____ are all the groups that have a direct or indirect influence on their attitudes or behaviour.
- (a) Reference groups (b) Dissociative groups
(c) Inspirational groups (d) None of the above
16. In the buyer decision process, the percentage of potential customers in a given target market is called :
- (a) Company funnel (b) Customer funnel
(c) Retailers funnel (d) Marketing funnel
17. Management is not :
- (a) Applied science (b) Pure science
(c) Art (d) Art and science both

18. In which category does management fall ?
- (a) Well-established profession (b) Semi-profession
(c) Emerging profession (d) Marginal profession
19. Which one of the following statements is not correct ?
- (a) Management is a goal-oriented process
(b) Management is a continuous process
(c) Management is a dynamic process
(d) Management is a rigid process
20. Which one of the following is not important for management ?
- (a) Integrating various interest groups (b) Developing society
(c) Disciplining employees (d) Inculcating creativity 20

GROUP—B

1. (A) What is service marketing ? Discuss features and types of service marketing. 12
- OR**
- (B) Explain the meaning of service marketing. Give suitable examples regarding services. 12
2. (A) What is the service marketing mix ? Explain the 7Ps of service marketing. 12
- OR**
- (B) Explain the marketing mix concept with a suitable example. 12
3. (A) Write down three examples for marketing financial services. 12
- OR**
- (B) Explain the marketing of hospitality services with an appropriate example. 12
4. (A) Explain types of relational exchanges with examples. 12
- OR**
- (B) Define Customer Relationship Marketing. Explain the nature and scope of CRM. 12
5. (A) Explain the Customer Selection Process. Which factor are affecting the Customers Selection Process ? Discuss. 12
- OR**
- (B) How can internal and external relationships in services marketing enhanced ? 12

M.Com. Part-I (Semester-I) (CBCS) Examination
SERVICES MARKETING & CUSTOMERS RELATIONSHIP MANAGEMENT

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

(मराठी माध्यम)

सूचना :— (1) विभाग अ मधील सर्व प्रश्न सोडविणे अनिवार्य आहे.

(2) विभाग ब मधील प्रत्येक प्रश्नामधील (अ) किंवा (ब) सोडविणे अनिवार्य आहे.

विभाग—अ

1. सेवांची वेगळी वैशिष्ट्ये म्हणजे ?
 (अ) अमूर्त (ब) अविभाज्यता
 (क) परिवर्तनशीलता (ड) नाशवंतपणा
2. विक्रीसाठी ऑफर केलेले क्रियाकलाप, फायदे किंवा समाधान यांचा समावेश असलेल्या उत्पादनाचा एक प्रकार मूलतः अमूर्त आहे आणि त्याचा परिणाम कशाचीही मालकी होत नाही ?
 (अ) सेवा (ब) मागणी
 (क) गरज (ड) भौतिक वस्तू
3. खालीलपैकी सर्व सेवेची उदाहरणे वगळता
 (अ) बँकिंग (ब) हॉटेल्स आणि मोटेल्स
 (क) कर तयारी (ड) संगणक आज्ञावली
4. ग्राहकाला अपेक्षित असलेल्या सेवांना सेवा पॅकेज म्हणतात ?
 (अ) अपेक्षित (ब) संवर्धित
 (क) प्राथमिक (ड) दुय्यम
5. ग्राहकांच्या गरजा कल्पकतेने पूर्ण करण्यासाठी फ्रंट-लाइन कर्मचाऱ्यांना दुरदर्शीपणा देते.
 (अ) सक्षमीकरण (ब) स्वातंत्र्य
 (क) सेवेची आवड (ड) सेवा वातावरण
6. अंतर्गत विपणन धोरणाचा भाग म्हणून, कंपनी घेते
 (अ) कामगिरीचे मूल्यांकन (ब) कर्मचाऱ्यांना प्रशिक्षण देणे
 (क) अधिक जबाबदाऱ्या सोपवणे (ड) कर्मचाऱ्यांच्या बदल्या करणे
7. सेवेचा दर्जा या आधारावर निश्चित केला जातो
 (अ) कर्मचाऱ्यांचा सहभाग (ब) ग्राहकांचा सहभाग
 (क) शीर्ष व्यवस्थापन सहभाग (ड) कर्मचारी आणि ग्राहकांचा सहभाग
8. आजच्या संदर्भात सेवा विपणन महत्वाचे आहे, कारण ते
 (अ) अधिक ग्राहक निर्माण करतो. (ब) अधिक GDP उत्पन्न करते.
 (क) अधिक रोजगार निर्मिती. (ड) अधिक नोकऱ्या आणि GDP निर्माण करते.

9. खाजगी क्षेत्रातील जगातील सर्वात उद्योग आणि नोकऱ्यांचे सर्वाधिक अनुमानित रोजगार निर्माती आहे.
- (अ) आतिथ्य उद्योग (ब) आरोग्य सेवा
(क) व्यावसायिक सेवा (ड) व्यवसाय सेवा
10. उद्यम भांडवलाचे संघटन केले गेले.
- (अ) 1995 (ब) 1954
(क) 1952 (ड) 1950
11. आजारी युनिट ज्यामुळे फायद्यामध्ये येतात. त्याला हे म्हणतात.
- (अ) पूर्वस्थिती (ब) बाय ऑउट
(क) पूल (ड) यापैकी नाही
12. सध्याच्या ग्राहक आधाराकडे कंपन्यांच्या विपणन प्रयत्नांवर लक्ष केंद्रित करणे म्हणतात :
- (अ) उत्कृष्ट ग्राहक सेवा (ब) विजय धारणा
(क) ग्राहक धारणा (ड) विनम्र धारणा
13. खरेदी निर्णय प्रक्रियेत एका स्तरावरून पुढच्या स्तरावर जाणाऱ्या ग्राहकांची टक्केवारी किंवा संख्या म्हणतात :
- (अ) लॉयल्टी दर (ब) खरेदी दर
(क) रूपांतरण दर (ड) विपणन दर
14. 'कंपनीचे ग्राहक संबंध भांडवल' हे चे दुसरे नाव आहे.
- (अ) ग्राहक रूपांतरण (ब) ग्राहक धारणा
(क) असमाधानी ग्राहक (ड) समाधानी ग्राहक
15. एखाद्या व्यक्तीचे हे सर्व गट आहेत ज्यांचा त्यांच्या वृत्ती किंवा वर्तनावर प्रत्यक्ष किंवा अप्रत्यक्ष प्रभाव पडतो.
- (अ) संदर्भ गट (ब) विघटन गट
(क) प्रेरणादायी गट (ड) वरीलपैकी कोणतेही नाही
16. खरेदीदार निर्णय प्रक्रियेत, दिलेल्या लक्ष्य बाजारातील संभाव्य ग्राहकांच्या टक्केवारीला म्हणतात.
- (अ) कंपनी आकडेवारी (ब) ग्राहक आकडेवारी
(क) किरकोळ विक्रेते आकडेवारी (ड) विपणन आकडेवारी
17. व्यवस्थापन यात येत नाही.
- (अ) उपयोजित विज्ञान (ब) शुद्ध विज्ञान
(क) कला (ड) कला आणि विज्ञान दोन्ही
18. व्यवस्थापन कोणत्या श्रेणीत मोडते ?
- (अ) सुस्थापित व्यवसाय (ब) अर्ध-व्यवसाय
(क) उदयोन्मुख व्यवसाय (ड) सीमांत व्यवसाय

(19. खालीलपैकी कोणते विधान बरोबर नाही ?

- (अ) व्यवस्थापन ही ध्येयाभिमुख प्रक्रिया आहे (ब) व्यवस्थापन ही निरंतर प्रक्रिया आहे
(क) व्यवस्थापन ही एक गतिमान प्रक्रिया आहे (ड) व्यवस्थापन ही एक जटील प्रक्रिया आहे

20. व्यवस्थापनासाठी खालीलपैकी कोणते महत्वाचे नाही ?

- (अ) विविध स्वारस्य गटांचे एकत्रीकरण करणे (ब) विकसनशील समाज
(क) कर्मचाऱ्यांना शिस्त लावणे (ड) सर्जनशीलता वाढवणे 20

विभाग—ब

1. (अ) सेवा विपणन म्हणजे काय ? सेवा विपणनाची वैशिष्ट्ये आणि प्रकारांवर चर्चा करा. 12

किंवा

(ब) सेवा विपणनाचा अर्थ सांगा. सेवेचे सुयोग्य उदाहरणे द्या. 12

2. (अ) सेवा विपणन मिश्रण काय आहे ? सेवा विपणनाचे 7Ps स्पष्ट करा. 12

किंवा

(ब) मार्केटिंग मिक्स संकल्पना योग्य उदाहरणासह स्पष्ट करा. 12

3. (अ) विपणन वित्तीय सेवांसाठी तीन उदाहरणे लिहा. 12

किंवा

(ब) आदरातिथ्य सेवांचे विपणन योग्य उदाहरणासह स्पष्ट करा. 12

4. (अ) संबंधात्मक विनीमयाचे प्रकार उदाहरणासह स्पष्ट करा. 12

किंवा

(ब) ग्राहक संबंध विपणन परिभाषित करा. CRM चे स्वरूप आणि व्याप्ती स्पष्ट करा. 12

5. (अ) ग्राहक निवड प्रक्रिया स्पष्ट करा. ग्राहक निवड प्रक्रियेवर कोणते घटक परिणाम करत आहेत चर्चा करा. 12

किंवा

(ब) सेवा विपणनामध्ये अंतर्गत आणि बाह्य संबंध कसे वाढवता येतील चर्चा करा. 12

M.Com. Part-I (Semester-I) (CBCS) Examination

SERVICES MARKETING & CUSTOMERS RELATIONSHIP MANAGEMENT

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

(हिन्दी माध्यम)

- सूचना :— (1) विभाग अ में सभी प्रश्नों को हल करना अनिवार्य है।
 (2) विभाग ब में हर प्रश्न में (अ) अथवा (ब) को हल करना अनिवार्य है।

विभाग—अ

- सेवाओं की विशिष्ट विशेषताएं हैं।
 (अ) अमूर्त (ब) अवियोज्यता
 (क) परिवर्तनशीलता (ड) भंगुरता
- क्या उत्पाद का एक रूप है जिसमें बिक्री के लिए पेश की जाने वाली गतिविधियाँ, लाभ तथा संतुष्टि शामिल है जो अनिवार्य रूप से अमूर्त है और इसके परिणामस्वरूप किसी चीज़ का स्वामित्व नहीं है ?
 (अ) सेवा (ब) मांग
 (क) चाहिए (ड) भौतिक वस्तु
- निम्नलिखित में से सभी सेवा के उदाहरण हैं सिवाय
 (अ) बैंकिंग (ब) होटल और मोटल
 (क) कर तैयारी (ड) कंप्यूटर सॉफ्टवेयर
- ग्राहक जिन सेवाओं की अपेक्षा करता है, उसे सेवा पैकेज कहा जाता है ?
 (अ) अपेक्षित (ब) संवर्धित
 (क) प्राथमिक (ड) माध्यमिक
- उपभोक्ता की रचनात्मक जरूरतों को पूरा करने के लिए फ्रंट-लाइन कर्मियों को विवेक देता है।
 (अ) अधिकारिता (ब) मताधिकार
 (क) सेवा का जुनून (ड) सेवा का माहौल
- आंतरिक विपणन रणनीति के हिस्से के रूप में, कंपनी देती है :
 (अ) प्रदर्शन मूल्यांकन (ब) कर्मचारियों को प्रशिक्षण देना
 (क) अधिक उत्तरदायित्व सौंपना (ड) कर्मचारियों का स्थानांतरण करना
- सेवा की गुणवत्ता के आधार पर निर्धारित की जाती है।
 (अ) कर्मचारी की भागीदारी (ब) ग्राहक भागीदारी
 (क) शीर्ष प्रबंधन की भागीदारी (ड) कर्मचारी और ग्राहक की भागीदारी
- सेवा विपणन आज के संदर्भ में महत्वपूर्ण है क्योंकि यह :
 (अ) अधिक ग्राहक उत्पन्न करता है
 (ब) अधिक जीडीपी उत्पन्न करता है
 (क) अधिक रोजगार सृजित करता है
 (ड) अधिक रोजगार और सफल घरेलू उत्पाद उत्पन्न करता है

9. निजी क्षेत्र में दुनिया का सबसे बड़ा उद्योग और नौकरियों का उच्चतम अनुमानित रोजगार निर्माण है।
- (अ) आतिथ्य उद्योग (ब) स्वास्थ्य सेवाएं
(क) पेशेवर सेवाएं (ड) व्यापार सेवाएं
10. बेंचर कैपिटल का आयोजन में किया गया।
- (अ) 1995 (ब) 1954
(क) 1952 (ड) 1950
11. बीमार इकाई को लाभदायक बनाने के लिए उसे कहा जाता है।
- (अ) पुरानी स्थिति (ब) बायआउट
(क) ब्रिज (ड) इनमें से कोई नहीं
12. मौजूदा ग्राहक आधार की ओर फर्मों के विपणन प्रयासों पर ध्यान केंद्रित करना कहा जाता है :
- (अ) उत्कृष्ट ग्राहक सेवा (ब) विजय प्रतिधारण
(क) ग्राहक प्रतिधारण (ड) विनम्र प्रतिधारण
13. कम निर्णय प्रक्रिया में एक स्तर से अगले स्तर तक जाने वाले ग्राहकों का प्रतिशत या संख्या कहलाती है।
- (अ) लॉयल्टी रेट (ब) शॉपिंग रेट
(क) रूपांतरण रेट (ड) विपणन रेट
14. 'कंपनी की 'ग्राहक संबंध पूंजी' का दूसरा नाम है।
- (अ) ग्राहक रूपांतरण (ब) ग्राहक प्रतिधारण
(क) असंतुष्ट ग्राहक (ड) संतुष्ट ग्राहक
15. एक व्यक्ति के वे सभी समूह हैं जिनका उनके दृष्टिकोण या व्यवहार प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष प्रभाव पड़ता है।
- (अ) संदर्भ समूह (ब) विघटनकारी समूह
(क) प्रेरक समूह (ड) उपरोक्त में से कोई नहीं
16. क्रेता निर्णय प्रक्रिया में, किसी दिए गए लक्ष्य बाजार में संभावित ग्राहकों के प्रतिशत को कहा जाता है।
- (अ) कंपनी आकड़े (ब) ग्राहक आकड़े
(क) रिटलर आकड़े (ड) मार्केटिंग आकड़े
17. प्रबंधन लागू नहीं है।
- (अ) लागू विज्ञान (ब) शुद्ध विज्ञान
(क) कला (ड) कला और विज्ञान दोनों
18. प्रबंधन किस श्रेणी में आता है ?
- (अ) अच्छी तरह से स्थापित पेशा (ब) अर्ध-पेशा
(क) उभरता हुआ पेशा (ड) सीमांत पेशा

19. निम्नलिखित में से कौनसा कथन सही नहीं है ?
- (अ) प्रबंधन एक लक्ष्य-उन्मुख प्रक्रिया है (ब) प्रबंधन एक निरंतर प्रक्रिया है
(क) प्रबंधन एक गतिशील प्रक्रिया है (ड) प्रबंधन एक जटिल प्रक्रिया है
20. निम्नलिखित में से कौन-सा प्रबंधन के लिए महत्वपूर्ण नहीं है ?
- (अ) विभिन्न हित समूहों का एकीकरण (ब) विकसनशील समाज
(क) कर्मचारियों को अनुशासित करना (ड) रचनात्मकता को बढ़ाना 20

विभाग—ब

1. (अ) सर्विस मार्केटिंग क्या है ? सेवा विपणन की विशेषताओं और प्रकारों पर चर्चा करें। 12

अथवा

- (ब) सर्विस मार्केटिंग का अर्थ बताएं ? सेवा के सम्बन्ध में उपयुक्त उदाहरण दीजिए। 12

2. (अ) सर्विस मार्केटिंग मिक्स क्या है ? सर्विस मार्केटिंग के 7Ps को स्पष्ट कीजिये। 12

अथवा

- (ब) उपयुक्त उदाहरण के साथ मार्केटिंग मिक्स कॉन्सेप्ट की व्याख्या करें। 12

3. (अ) वित्तीय सेवाओं के विपणन के लिए तीन उदाहरण लिखें। 12

अथवा

- (ब) उपयुक्त उदाहरण के साथ आतिथ्य सेवाओं के विपणन की व्याख्या करें ? 12

4. (अ) उदाहरण के साथ संबंधात्मक विनिमय आदान-प्रदान के प्रकारों को स्पष्ट करें। 12

अथवा

- (ब) ग्राहक संबंध विपणन को परिभाषित कीजिए। सीआरएम की प्रकृति और कार्यक्षेत्र को स्पष्ट करें। 12

5. (अ) ग्राहक चयन प्रक्रिया की व्याख्या करें। ग्राहक चयन प्रक्रिया को कौनसे कारक प्रभावित कर रहे हैं ? 12

अथवा

- (ब) सेवाओं के विपणन में आंतरिक और बाह्य संबंधों को कैसे बढ़ाया जा सकता है ? इसकी विस्तार से चर्चा करें। 12