

Seat No. : _____

NJ-112-H

November-2013

B.Com., Sem.-V

302 : Marketing Management in Practice

(Hindi Version)

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

सूचना : बिन्दुवार उत्तर दीजिए ।

1. (अ) सेवाओं की मार्केटिंग को प्रभावित करने वाले कारक समझाइए । **6**

अथवा

ग्राहक संबंध प्रबंधन कार्यक्रम तैयार करने में ग्राहक के विषय में जानकारी (कस्टमर डाटाबेस) सबसे महत्त्वपूर्ण है । समझाइए ।

(ब) ग्राहक संतोष के मापन की विभिन्न विधियों को संक्षेप में समझाइए । **4**

अथवा

ग्राहक संबंध प्रबंधन कार्यक्रम की वैचारिक अवधारणा पर टिप्पणी लिखिए ।

(क) टिप्पणी लिखिए : उत्पाद सहायक सेवाओं का संचालन । **4**

अथवा

टिप्पणी लिखिए : सेवा मार्केटिंग के प्रकार

2. (अ) बेचने (रिटेलिंग) की विविध प्रवृत्तियों को संक्षेप में समझाइए । **6**

अथवा

“रिटेल व्यवसाय में लाभकारिता बढ़ाने के लिए, इसकी दक्षता का मापन आवश्यक है ।” रिटेल के संदर्भ में इस कथन की चर्चा कीजिए तथा रिटेल विक्रय दक्षता मापदंड समझाइए ।

(ब) भारत में रिटेलिंग पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए । **4**

अथवा

भारत में प्रवेश करने वाले प्रमुख वैश्विक रिटेलरों का विवरण दीजिए ।

(क) “भारत में रिटेल शृंखला का उल्लेखनीय विकास हुआ है ।” – समझाइए । **4**

अथवा

रिटेलिंग की विविध आठ प्रवृत्तियों को समझाइए ।

3. (अ) ग्रामीण मार्केटिंग का अर्थ और महत्त्व समझाइए । **6**

अथवा

ग्रामीण मार्केटिंग के मुख्य चालक बलों को समझाइए ।

NJ-112-H

1

P.T.O.

- (ब) जनांकिक दृष्टि से ग्रामीण बाजार के विभागीकरण को संक्षेप में समझाइए । 4
- अथवा**
- ग्रामीण बाजार में वस्तुओं के भौतिक वितरण के चैनलों को समझाइए ।
- (क) टिप्पणी लिखिए : ग्रामीण क्षेत्र में संचार मिश्र का चयन । 4
- अथवा**
- ग्रामीण क्षेत्र में सेल्समेन के विशेष लक्षणों को संक्षेप में समझाइए ।
4. (अ) केस स्टडी क्या है ? इसके विविध उद्देश्य समझाइए । 6
- अथवा**
- केस स्टडी विकास के लिए ध्यान में रखने योग्य आवश्यक कारकों को समझाइए ।
- (ब) केस स्टडी प्रभावी बनाने के लिए मार्गदर्शक सिद्धांतों को लिखिए । 4
- अथवा**
- केस स्टडी विधियों की सीमाओं को समझाइए ।
- (क) स्वाट (SWAT) विश्लेषण क्या है ? समझाइए । 4
- अथवा**
- केस स्टडी के कोई आठ लाभ लिखिए ।
5. निम्न प्रश्नों के उत्तर संक्षेप में दीजिए : 14
- (1) उत्पाद सहायक सेवाओं के प्रकारों के नाम लिखिए ।
 - (2) बिना लाभ की वितरण कड़ी क्या है ?
 - (3) डाबर कंपनी ग्रामीण बाजार में कैसे आई ?
 - (4) ग्राहक शिकायत दर कैसे मापी जाती है ?
 - (5) गुजरात पर्यटन के अल्प विकास के क्या कारण हैं ?
 - (6) विक्रय प्रतिनिधि की उत्पादकता का मापन आप कैसे करेंगे ?
 - (7) ग्राहक पसंदगी का महत्त्व किस प्रकार ज्ञात किया जा सकता है ?
 - (8) RUDI की स्थापना किस उद्देश्य से की गई ?
 - (9) FMCG का पूर्ण रूप लिखिए ।
 - (10) ग्राहक संबंध प्रबंधन कार्यक्रम के मुख्य चार घटक क्या हैं ?
 - (11) रसना के उत्पाद ग्रामीण बाजार में कैसे पहुँचे ?
 - (12) समान कीमत निर्धारण व्यूह रचना क्या है ?
 - (13) भारत में रिटेलरों के निजी लेबलों का विवरण दीजिए ।
 - (14) ग्रामीण सूचना संचार को प्रभावित करने वाले चार कारक लिखिए ।