

M.Com. Semester-4 Examination**EB 509****Service Marketing****April-2023****Time : 2-30 Hours]****[Max. Marks : 70**

Q.1 (A) Explain in Brief the difference between Goods and Services? Define service quality? Explain in detail the gap model of service quality. **(14)**

OR

(A) What are services and Why we need Service Marketing ? Explain in Detail Service Marketing Mix? **(14)**

Q.2 (A)What is relationship marketing? Discuss the goals and benefits of relationship marketing. **(14)**

OR

(A) Explain in Detail Stages in New Service Development ? Discuss customer-defined service standards. **(14)**

Q.3 (A) Explain the service triangle and boundary-spanning roles of employees. **(14)**

OR

(A) Explain in detail the concept of delivering services through international and electronic Channels. **(14)**

Q.4 (A) Discuss in detail Financial and Economic effects of services, **(14)**

OR

(A) Explain in detail Integrated Services Marketing Communication? **(14)**

Q.5 Attempt any Seven from the following

14

N 4 - 2

1. One of the major lessons to learn from the Service-Profit Chain is:

- A. Customer loyalty leads to customer satisfaction
- B. Employee retention leads to employee satisfaction
- C. The firm's profitability leads to customer satisfaction.
- D. Revenue growth leads to customer satisfaction

2. Customer retention, repeat business, and customer referrals are alternative measures for

- A. Internal service quality.
- B. External service value.
- C. Employee satisfaction.
- D. Customer loyalty.

3. While advertising the service product, marketers need to.....

- A. Show the service product
- B. Need not to show the service product
- C. Show some tangible clues to help the customers to understand and evaluate
- D. Create a world-class advertisement to attract customers.

4. Physical evidence is more important in service marketing because

- A. It is the evidence of service quality
- B. Customers are going to value based on this evidence.
- C. Every service provider uses it
- D. Every employee expects this

5. Service recovery refers to

- A. Recover the loss from the customers
- B. Recover the loss from the competitors
- C. Recover from the failure
- D. Recover from the market

6. To manage the Peak-time demand, the service provider can

- A. Manage by introducing more products
- B. Manage by adding additional facilities
- C. Manage by diverting the customers for other services
- D. Manage by asking the customers to wait for some time

7. Which of the following is not a tangible dominant?

- A. Detergents
- B. Automobiles
- C. Investment Management
- D. Soft drinks

8. Standardized and customized flow of activities, simple and complex number of steps, and customer involvement by which a service is delivered is called.....

- A. Place Mix
- B. Physical Evidence Mix
- C. Process Mix
- D. People Mix

N 81-4

9.....is the difference between customer expectations and perceptions.

- A. Customer Delight
- B. Customer Satisfaction
- C. Customer Gap
- D. The supplier Gap

10.is the physical surroundings or the physical facility where the service is produced, delivered, and consumed.

- A. Service space
- B. Service scape
- C. Service place
- D. Service scope

11. SSTs stands for.....

- A. Stable Service Technologies
- B. Social Service Technologies
- C. Smart Service Technologies
- D. Self Service Technologies

12. Service firms can increase quality control by

- A. Investing in good hiring
- B. Standardize the service performance process
- C. Monitor customer satisfaction
- D. All of the above

Q.1 (A) માલ અને સેવાઓ વચ્ચેનો તફાવત સંક્ષિપ્તમાં સમજાવો? સેવાની ગુણવત્તા વ્યાખ્યાયિત કરો? સેવાની ગુણવત્તાના ગેપ મોડલને વિગતવાર સમજાવો. (14)

અથવા

(A) સેવાઓ શું છે ? સર્વિસ માર્કેટિંગની શા માટે જરૂર છે? સેવા માર્કેટિંગ મિશ્રણ વિગતવાર સમજાવો? (14)

Q.2 (A) રિલેશનશિપ માર્કેટિંગ શું છે? રિલેશનશિપ માર્કેટિંગના ધ્યેયો અને લાભોની ચર્ચા કરો. (14)

અથવા

(A) નવી સેવા વિકાસના વિગતવાર તબક્કાઓ સમજાવો? ગ્રાહક-વ્યાખ્યાયિત સેવા ધોરણોની ચર્ચા કરો. (14)

Q.3 (A) કર્મચારીઓની સેવા ત્રિકોણ અને સીમા-વિસ્તારની ભૂમિકાઓ સમજાવો. (14)

અથવા

(A) આંતરરાષ્ટ્રીય અને ઈલેક્ટ્રોનિક ચેનલો દ્વારા સેવાઓ પહોંચાડવાના ખ્યાલને વિગતવાર સમજાવો. (14)

Q.4 (A) સેવાઓની નાણાકીય અને આર્થિક અસરોની વિગતવાર ચર્ચા કરો (14)

અથવા

(A) ઈન્ટીગ્રેટેડ સર્વિસિસ માર્કેટિંગ કોમ્યુનિકેશન વિશે વિગતવાર સમજાવો? (14)

Q.5 નીચેનામાંથી કોઈપણ સાતનો જવાબ આપો (14)

1. સેવા નફા સાંકળમાંથી શીખવા માટેનું એક મુખ્ય પાઠ છે:

- A. ગ્રાહકની વફાદારી ગ્રાહકના સંતોષ તરફ દોરી જાય છે
- B. કર્મચારીની પ્રતિધારણ કર્મચારીના સંતોષ તરફ દોરી જાય છે
- C. કંપનીની નફાકારકતા ગ્રાહકના સંતોષ તરફ દોરી જાય છે
- D. આવક વૃદ્ધિથી ગ્રાહકોનો સંતોષ થાય છે

2. ગ્રાહક પ્રતિધારણ, પુનરાવર્તન વ્યવસાય અને ગ્રાહક સંદર્ભો એમાટેના વૈકલ્પિક પગલાં છે.

- A. આંતરિક સેવા ગુણવત્તા..
- B. બાહ્ય સેવા મૂલ્ય
- C. કર્મચારી સંતોષ.
- D. ગ્રાહકની વફાદારી

3. સેવા ની જાહેરાત કરતી વખતે, માર્કેટર્સ માટે જરૂરી છે કે

- A. સર્વિસ પ્રોડક્ટ બતાવો
- B. સેવાનું ઉત્પાદન બતાવવાની જરૂર નથી
- C. ગ્રાહકોને સમજવા અને મૂલ્યાંકન કરવામાં મદદ માટે કેટલાક મૂર્ત કડીઓ બતાવો
- D. ગ્રાહકોને આકર્ષવા માટે વૈશ્વિક કક્ષાની જાહેરાત બનાવો.

4. સર્વિસ માર્કેટિંગમાં શારીરિક પુરાવા વધુ મહત્વના છે કારણ કે

- A. તે સેવાની ગુણવત્તાનો પુરાવો છે
- B. આ પુરાવાના આધારે ગ્રાહકો મૂલ્ય અપનાવશે
- C. દરેક સેવા પ્રદાતા તેનો ઉપયોગ કરે છે
- D. દરેક કર્મચારી તેની અપેક્ષા રાખે છે

5. સેવા પુન :પ્રાપ્તિ સંદર્ભિત કરે છે....

- A. ગ્રાહકો પાસેથી નુકસાન પાછું મેળવવું
- B. હરીફ પાસેથી નુકસાન પાછું મેળવવું
- C. નિષ્ફળતામાંથી પુન :પ્રાપ્ત
- D. બજારમાંથી પુન:પ્રાપ્ત કરવું

6. પીક-ટાઇમ ડિમાન્ડને મેનેજ કરવા માટે, સર્વિસ પ્રોવાઇડર કરી શકે છે

- A. વધુ ઉત્પાદનો રજૂ કરીને મેનેજ કરવું
- B. વધારાની સુવિધાઓ ઉમેરીને મેનેજ કરવું
- C. અન્ય સેવાઓ માટે ગ્રાહકોને ડાઇવર્ટ કરીને મેનેજ કરવું
- D. ગ્રાહકોને થોડો સમય રાહ જોવાનું કહીને મેનેજ કરવું

7. નીચેનામાંથી મૂર્ત વર્યસ્વ નથી?

- A. ડીટરજન્ટ્સ
- B. ઓટોમોબાઇલ્સ
- C. રોકાણ સંચાલન
- D. સોફ્ટ ડ્રિંક્સ

8. પ્રવૃત્તિઓના માનક અને વૈવિધ્યપૂર્ણ પ્રવાહ, સરળ અને જટિલ પગલાઓની સંખ્યા અને ગ્રાહકની સંડોવણી, જેના દ્વારા કોઈ સેવા પ્રદાન કરવામાં આવે છે તેને..... કહેવામાં આવે છે

- A. સ્થળ મિશ્રણ
- B. શારીરિક પુરાવા મિશ્રણ
- C. પ્રક્રિયા મિશ્રણ
- D. લોકોનું મિશ્રણ

9..... એ ગ્રાહકની અપેક્ષાઓ અને ધારણાઓ વચ્ચેનો તફાવત છે.

- A. ગ્રાહક આનંદ
- B. ગ્રાહક સંતોષ
- C. ગ્રાહક અંતરાલ
- D. સપ્લાયર અંતરાલ

10.....શારીરિક આસપાસના અથવા ભૌતિક સુવિધા જ્યાં સેવા ઉત્પન્ન થાય છે, પહોંચાડે છે અને વપરાશ થાય છે.

- A. સેવાની જગ્યા
- B. સેવા કેપ
- C. સેવા સ્થળ
- D. સેવા અવકાશ

11. SSTs એટલે

- A. Stable Service Technologies
- B. Social Service Technologies
- C. Smart Service Technologies
- D. Self Service Technologies

12. સેવા કંપનીઓદ્વારા ગુણવત્તા નિયંત્રણમાં વધારો કરી શકે છે

- A.સારા ભાડામાં રોકાણ કરવું
- B. સેવા પ્રદર્શન પ્રક્રિયાને માનક બનાવવી
- C. ગ્રાહક સંતોષ પર ધ્યાન રાખવું
- D. ઉપરોક્ત તમામ