

B.Com. (CBCS Pattern) Sem-VI  
**UCA6EM6 - Marketing Management (Service Marketing)**

P. Pages : 3

Time : Three Hours



**GUG/S/24/13399S**

Max. Marks : 40

- 
- Notes : 1. All questions are compulsory.  
2. All questions carry equal marks.

1. a) Explain the barrier of service marketing. 4  
b) Explain the scape of service marketing. 4

**OR**

- c) Point out the marketing challenges in service marketing. 8  
2. a) Explain the factor of New service development. 4  
b) Explain the types of New services. 4

**OR**

- c) Explain the characteristics of service marketing mix. 8  
3. a) Elaborate the concept 'Demand Supply Management. 4  
b) Explain the marketing frame work for service marketing. 4

**OR**

- c) Explain the models of service marketing & its importance. 8  
4. a) State the importance of customer satisfaction. 4  
b) Explain the role of business buying process. 4

**OR**

- c) Discuss factor influencing customer satisfaction & its importance. 8  
5. Write short notes.  
a) Classification of service marketing. 2  
b) Stages of new service development. 2  
c) Challenges of service business. 2  
d) Concept of average customer lifetime. 2

\*\*\*\*\*

B.Com. (CBCS Pattern) Sem-VI  
**UCA6EM6 - Marketing Management (Service Marketing)**

Time : Three Hours

Max. Marks : 40

- सुचना :- 1. सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.  
2. सर्व प्रश्नांना समान गुण आहेत.

- |    |    |  |   |
|----|----|--|---|
| 1. | अ) | सेवा विपणीतील अडचणी विशद करा.  | 4 |
|    | ब) | सेवा विपणीतील स्वरूप ह्यावर चर्चा करा.   | 4 |
|    |    | <b>किंवा</b>   |   |
|    | क) | सेवा व्यवसायाच्या विपणीची आव्हाने स्पष्ट करा.                                  | 8 |
| 2. | अ) | नवीन सेवांच्या विकासातील घटक स्पष्ट करा.                                       | 4 |
|    | ब) | नविन सेवांचे विभीन्न प्रकार स्पष्ट करा.  | 4 |
|    |    | <b>किंवा</b>   |   |
|    | क) | सेवा मिश्रण विपणनाची वैशिष्ट्ये लिहा.  | 8 |
| 3. | अ) | मागणी-पुरवठा प्रबंधन या संकल्पनेचे विवेचन करा.                                 | 4 |
|    | ब) | सेवा व्यवसायासाठी विपणन आराखडा (frame work) स्पष्ट करा.                        | 4 |
|    |    | <b>किंवा</b>   |   |
|    | क) | “सेवा विपणनाचा नमुना” यापासून आपणास काय अर्थबोध होतो? त्याचे महत्व स्पष्ट करा. | 8 |
| 4. | अ) | उपभोक्ता समाधानाचे महत्व सांगा.  | 4 |
|    | ब) | व्यावसायिक क्रय प्रक्रियेची भूमिका स्पष्ट करा.                                 | 4 |
|    |    | <b>किंवा</b>   |   |
|    | क) | ग्राहक समाधानाला प्रभावित करणारे घटक व त्याचे महत्व विशद करा.                  | 8 |
| 5. |    | टिपणे लिहा.  |   |
|    | अ) | सेवा विपणनाचे वर्गीकरण.  | 2 |
|    | ब) | नविन सेवा विकासाचे टप्पे.  | 2 |
|    | क) | सेवा व्यवसायातील आव्हाने.  | 2 |
|    | ड) | आजीवन सरासरी ग्राहकची संकल्पना.  | 2 |

\*\*\*\*\*

B.Com. (CBCS Pattern) Sem-VI  
**UCA6EM6 - Marketing Management (Service Marketing)**

Time : Three Hours

Max. Marks : 40

- सुचनाएँ :- 1. सभी पाँच प्रश्न अनिवार्य हैं।  
2. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. अ) सेवा विपणी में आनेवाली कठिनाईयों पर विस्तृत चर्चा किजिए। 4  
ब) सेवा विपणी के स्वरूप स्पष्ट किजिये। 4  
अथवा  
क) सेवा व्यवसाय विपणी कि चुनौतियाँ विशद किजीये। 8
2. अ) नये सेवाओंके विकास के लिए आवश्यक घटक विशद किजीये। 4  
ब) नये सेवाओंके प्रकार स्पष्ट किजीये। 4  
अथवा  
क) सेवा मिश्रण विपणन के वैशिष्ट्य बतलाईए। 8
3. अ) माँग-पूर्ती प्रबंधन इस संकल्पना का विवेचन किजीये। 4  
ब) सेवा व्यवसायके विपणन आराखडा (frame work) पर चर्चा किजीये। 4  
अथवा  
क) “सेवा विपणी नमुना” इससे क्या अर्थबोध होता है? उसके महत्व बतलाईये? 8
4. अ) ग्राहक समाधान का महत्व बतलाईए। 4  
ब) व्यावसायिक क्रय प्रक्रियाओंकी भूमिका स्पष्ट किजीये। 4  
अथवा  
क) ग्राहक समाधान को प्रभावित करने वाले कारक एवंम् उसके महत्व को विशद किजीये। 8
5. संक्षिप्त में जवाब दिजीये।  
अ) सेवा विपणन के वर्गीकरण 2  
ब) नए सेवा विकास के टप्पे 2  
क) सेवा व्यवसाय कि चुनौतियाँ 2  
ड) आजीवन औसत ग्राहककी संकल्पना 2

\*\*\*\*\*

