

2020

RETAIL MANAGEMENT AND MARKETING
OF SERVICES — GENERAL

Ninth Paper

(M-33-G)

(Marketing Group)

Full Marks : 100

*Candidates are required to give their answers in their own words
as far as practicable.*

প্রান্তলিখিত সংখ্যাগুলি পূর্ণমান নির্দেশক।

Module - I

(Retail Management)

Marks : 50

বিভাগ - ক

১। যে-কোনো পাঁচটি প্রশ্নের উত্তর দাও :

৪×৫

(ক) খুচরা বিক্রয় কী?

(খ) বহু প্রণালী খুচরা বিক্রি কী?

(গ) খুচরা বিক্রয়ে প্রণোদনা মিশ্রণ কী?

অথবা,

বিভিন্ন রকমের খুচরা বিক্রয়ের কিছু উদাহরণ দাও।

(ঘ) শপিং মল কী?

অথবা,

মূল্য নির্ধারণে প্রভাব বিস্তারকারী কয়েকটি উপাদানের নামোল্লেখ করো।

(ঙ) কিয়স্ক-এর সংজ্ঞা দাও।

(চ) মনস্তাত্ত্বিক বাট্টা কী?

অথবা,

সহিষ্ণুতার সীমা কী?

Please Turn Over

(ছ) 'পরিষেবার প্রত্যক্ষ-তথ্য প্রমাণ' শব্দের সংজ্ঞা দাও।

(জ) সুপার মার্কেট কী?

(ঝ) খুচরা ব্যবস্থাপনা পদ্ধতি কী?

অথবা,

খুচরা বিপণনের অভিজ্ঞতা কী?

(ঞ) খুচরা ব্যবসায় ফেরিওয়ালার সংজ্ঞা দাও।

অথবা,

পারিবারিক বিপণি কী?

বিভাগ - খ

২। *যে-কোনো একটি* প্রশ্নের উত্তর দাও :

১০×১

(ক) ভারতীয় বাজারে খুচরা বিপণনের কার্যাবলি আলোচনা করো।

অথবা,

খুচরা ব্যবসার মূল্য নির্ধারণের ভূমিকা আলোচনা করো।

(খ) পণ্যমূল্য নির্ধারণের প্রস্তাব সম্পর্কে আলোচনা করো।

(গ) পণ্য ও পরিষেবার পার্থক্য নির্ণয় করো।

(ঘ) খুচরা বিপণনে প্রসারণ মিশ্রণের প্রয়োজনীয়তা ও উদ্দেশ্য বর্ণনা করো।

অথবা,

প্রাক ক্রয় পরিষেবা সম্পর্কে আলোচনা করো।

বিভাগ - গ

যে-কোনো একটি প্রশ্নের উত্তর দাও

২০

৩। একজন খুচরা বিপণনকারীর প্রেক্ষিতে সামাজিক দায়িত্ব ও ভোগবাদের পার্থক্য দেখাও।

২০

৪। খুচরা মূল্য নির্ধারণে প্রভাব বিস্তারকারী উপাদানসমূহ ব্যাখ্যা করো।

২০

(3)

N(III)-Retail Mgmt. & Mktg. of Services-
G-9 (M-33-G)

Module - II
(Marketing of Services)

Marks : 50

বিভাগ - ক

৫। যে-কোনো পাঁচটি প্রশ্নের উত্তর দাও :

৪×৫

(ক) পরিষেবা প্রতিবন্ধকতা কী?

অথবা,

একজন বিপণনকারীর কাছে লভ্য বিভিন্ন ধরনের পরিষেবার তালিকা তৈরি করো।

(খ) খরিদারের অংশগ্রহণ বৃদ্ধির বিভিন্ন ধরনের কৌশলসমূহ কী কী?

অথবা,

তুমি কীভাবে পরিষেবার গুণমান রক্ষা করবে?

(গ) পণ্যনির্ভর পরিষেবা কী?

অথবা,

পরিষেবা বিপণনের তিনটি ধাপ উল্লেখ করো।

(ঘ) পরিষেবার গুরুত্বপূর্ণ মধ্যসত্ত্বভোগী কারা?

অথবা,

তথ্যপ্রযুক্তি বলতে কী বোঝো?

(ঙ) শিক্ষা পরিষেবার পরিধি উল্লেখ করো।

(চ) প্রচারমাধ্যম পরিষেবা (Media service) ও বিজ্ঞাপনের সাদৃশ্য দেখাও।

অথবা,

‘সমগ্র খুচরা অভিজ্ঞতা’ শব্দটির সংজ্ঞা দাও।

(ছ) স্বাস্থ্য পরিষেবার সংজ্ঞা দাও।

(জ) মাধ্যম পরিষেবা কী?

(ঝ) খুচরা বিক্রেতা কীভাবে বৈদ্যুতিন পরিসংখ্যান বিনিময় পদ্ধতি দ্বারা উপকৃত হয়?

(ঞ) পরিষেবা গবেষণা কর্মসূচির সংজ্ঞা দাও।

Please Turn Over

বিভাগ - খ

৬। যে-কোনো একটি প্রশ্নের উত্তর দাও :

১০

- (ক) খরিদদারকে দ্রুত ও দক্ষ পরিষেবা প্রদানের প্রয়োজনে কী কী বিষয় বিবেচনা করতে হয়?
- (খ) সুনির্দিষ্ট উদাহরণসহ স্বাস্থ্য সংরক্ষণ পরিষেবার বিপণন কৌশলসমূহ আলোচনা করো।

অথবা,

গুণমানের পরিষেবা প্রদানের জন্য বিমান সংস্থা, ব্যাংক, হোটেল-এর মতো পরিষেবা সংস্থার অবলম্বিত উপাদানসমূহ আলোচনা করো।

- (গ) ভারতীয় বাজারে কেন খুচরা বিপণন আবশ্যিক তা যুক্তিসহ ব্যাখ্যা করো।

অথবা,

পরিষেবা ও স্পর্শযোগ্য পণ্যের সাদৃশ্য ও বৈসাদৃশ্য ব্যাখ্যা করো।

- (ঘ) কোনো উন্নত শহরে অবস্থিত একটি শিক্ষা প্রতিষ্ঠান শিক্ষার প্রসারের ক্ষেত্রে নবাগতদের কাছে সুনামের স্বীকৃতি পেতে আগ্রহী। এই উদ্দেশ্য পূরণের লক্ষ্যে একটি সংবাদ পরিবেশন পরিষেবা পদ্ধতি প্রবর্তন করো।

বিভাগ - গ

যে-কোনো একটি প্রশ্নের উত্তর দাও

২০

- ৭। বর্তমান ভারতবর্ষের বিপণন ব্যবস্থায় তথ্যপ্রযুক্তি প্রদত্ত পরিষেবা আলোচনা করো।
- ৮। পরিষেবা বিপণন ব্যবস্থা সম্পর্কে সুস্পষ্ট ধারণা দাও।

২০

২০

[English Version]

The figures in the margin indicate full marks.

Module - I

(Retail Management)

Marks : 50

Group - A

1. Answer *any five* questions :

4×5

- (a) What is Retailing?
- (b) What is multi channel retailing?

(5)

*N(III)-Retail Mgmt. & Mktg. of Services-
G-9 (M-33-G)*

(c) What is promotional mix in retailing?

Or,

Give some examples of different types of retailing.

(d) What is Shopping Mall?

Or,

Mention some factors influencing pricing of products.

(e) Define a Kiosk.

(f) What is Psychological discounting?

Or,

What is Zone of Tolerance?

(g) Define the term 'Physical evidence of services'.

(h) What is Super Market?

(i) What is Retail Management System?

Or,

What is the experience of Retail Marketing?

(j) Define Peddlers in retailing.

Or,

What is Mom and Pop store?

Group - B

2. Answer *any one* question :

10

(a) Discuss the functions of Retailing in India.

Or,

Explain the role of pricing in retailing.

(b) Discuss the approaches to product pricing.

(c) Differentiate between goods and services.

(d) Explain the needs and objectives of Promotional Mix in Retailing.

Or,

Discuss about pre-purchase service.

Please Turn Over

Group - C

Answer *any one* question

20×1

3. Differentiate between social responsibility and consumerism from the perspective of a retailer. 20
4. Explain the factors affecting retail pricing. 20

Module - II

(Marketing of Services)

Marks : 50

Group - A

5. Answer *any five* questions :

4×5

(a) What is service encounter?

Or,

Prepare the list of types of services available to a marketer.

(b) What are the different strategies for enhancing customers' participation?

Or,

How would you maintain quality of services?

(c) What is product support service?

Or,

Mention three stages of service marketing.

(d) Who are the key intermediaries for service?

Or,

What do you mean by Information Technology?

(e) Mention the scope of educational service.

(f) Show the similarity between media services and advertisement.

Or,

Define the terms 'Total retail experience'.

(g) Define health care services.

(h) What is Media service?

(7)

*N(III)-Retail Mgmt. & Mktg. of Services-
G-9 (M-33-G)*

- (i) How retailers are benefited by using electronic data interchange system?
- (j) Define a service research programme.

Group - B

6. Answer *any one* question : 10

- (a) What factors should be considered to give quick and efficient service to the customers?
- (b) Discuss with particular example about marketing strategies of Health Care Services.

Or,

Discuss the steps to be taken by service firms like Airlines, Banks, Hotels towards quality control.

- (c) Explain with reasons why retailing is essential in Indian market.

Or,

Explain the similarities and dissimilarities between service and tangible goods.

- (d) An educational institution located in a high growth city is eager to build name recognition and reputation for educational needs among new entrants in the city. Devise a communication information service that would meet this objective.

Group - C

Answer *any one* question 20×1

- 7. Explain the services rendered by Information Technology in India's present day marketing system. 20
- 8. Give a clear idea on service marketing management. 20
