

2020

**RETAIL MANAGEMENT AND
MARKETING OF SERVICES — GENERAL**

Paper : DSE 6.1M

Full Marks : 80

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

প্রান্তলিখিত সংখ্যাগুলি পূর্ণমান নির্দেশক।

**Module – I
(Retail Management)
(Marks : 40)**

বিভাগ - ক

যে-কোনো দুটি প্রশ্নের উত্তর দাও।

১০×২

- ১। একটি বৃহৎ বিপণির বিভিন্ন দিক আলোচনা করো। ১০
- ২। ভারতীয় বাজারে খুচরা ব্যবসায় নিযুক্ত দুটি অগ্রগণ্য বিদেশি খুচরা ব্যবসায়ীর সম্বন্ধে বর্ণনা করো। ১০
- ৩। খুচরা ব্যবসায়ীদের কার্যকলাপগুলি কী কী? ১০
- ৪। ভারতীয় অর্থনীতির প্রেক্ষিতে খুচরা ব্যবসায়ীর গুরুত্ব আলোচনা করো। ১০
- ৫। খুচরা কারবারের বিভিন্ন ধরনের কাঠামো সম্পর্কে আলোচনা করো। ১০
- ৬। এক-প্রণালী ও বহু-প্রণালী খুচরা কাঠামোর মধ্যে তুলনামূলক আলোচনা করো। ১০

বিভাগ - খ

যে-কোনো একটি প্রশ্নের উত্তর দাও।

২০×১

- ৭। খুচরা বিপণনে প্রসার-মিশ্রণের প্রয়োজনীয়তা ও উদ্দেশ্য সম্পর্কে আলোচনা করো। ২০
- ৮। ভারতে খুচরা বিপণনের বৃদ্ধিতে প্রভাব বিস্তারকারী বিষয়গুলি সম্পর্কে আলোচনা করো। ২০

Please Turn Over

Module – II
(Marketing of Services)
(Marks : 40)

বিভাগ - ক

যে-কোনো দুটি প্রশ্নের উত্তর দাও।

১০×২

- ৯। (ক) পরিষেবার অসমগোত্রীয়তা বলতে কী বোঝো?
(খ) ভোক্তা পরিষেবা ধারণাটির সংজ্ঞা দাও। ৫+৫
- ১০। পরিষেবা ক্রেতা ধারণাটির একটি বিশ্লেষণমূলক ব্যাখ্যা দাও। ১০
- ১১। ভারতীয় অর্থনীতিতে ক্রমবর্ধমান পরিষেবা বিপণনের প্রভাব সম্পর্কে আলোচনা করো। ১০
- ১২। (ক) পরিষেবা ধারণাটি ব্যাখ্যা করো।
(খ) পরিষেবা বিপণনে 'জনগণ' ধারণাটি ব্যাখ্যা করো। ৫+৫
- ১৩। (ক) পরিষেবা বিপণনে প্রত্যক্ষ প্রামাণিক তথ্য বলতে কী বোঝো?
(খ) পরিষেবা বিপণনে পরিষেবা প্রক্রিয়া বলতে কী বোঝো? ৫+৫
- ১৪। পরিষেবা বিপণনে বিক্রয় সম্প্রসারণ সংক্রান্ত মিশ্রণ সম্পর্কে সংক্ষেপে আলোচনা করো। ১০

বিভাগ - খ

যে-কোনো একটি প্রশ্নের উত্তর দাও।

২০×১

- ১৫। (ক) পরিষেবা বিপণনের প্রেক্ষিতে ভোক্তার আচরণ পর্যবেক্ষণ কীভাবে গুরুত্বপূর্ণ?
(খ) পরিষেবা বিপণন সংক্রান্ত নৈতিক বিষয়গুলি কী কী? ১০+১০
- ১৬। পরিষেবা বিপণনে বিভিন্ন ক্রেতা-সংযোগ কৌশলগুলি কী কী? আলোচনা করো। ২০

[English Version]*The figures in the margin indicate full marks.***Module – I**
(Retail Management)
(Marks : 40)**Group – A**Answer *any two* questions.

10×2

- | | |
|--|----|
| 1. Discuss different aspects of a supermarket. | 10 |
| 2. Describe about two leading foreign retailers operating in India. | 10 |
| 3. What are the functions performed by the retailers? | 10 |
| 4. Explain the impact of retail business in Indian economy. | 10 |
| 5. Explain the different types of Retail formats. | 10 |
| 6. Give a comparative note between Single-channel retailing and Multi-channel retailing. | 10 |

Group – BAnswer *any one* question.

20×1

- | | |
|---|----|
| 7. Explain the needs and objectives of ‘promotional mix’ in retailing. | 20 |
| 8. Discuss the factors that are responsible for the growth of retailing in India. | 20 |

Module – II
(Marketing of Services)
(Marks : 40)**Group – A**Answer *any two* questions.

10×2

- | | |
|---|-----|
| 9. (a) What is ‘Heterogeneity’ of services? | |
| (b) Define consumer services. | 5+5 |

Please Turn Over

10. Give an explanatory note on service customer. 10
11. Explain the impact of growing service marketing in Indian economy. 10
12. (a) Explain services.
(b) Explain 'People' in service marketing. 5+5
13. (a) What is Physical evidence in service marketing?
(b) What is Service process in service marketing? 5+5
14. Discuss, in brief, the different elements of promotional mix in marketing of services. 10

Group – B

Answer *any one* question.

20×1

15. (a) How is the study of consumer behaviour important for service marketing?
(b) What are the ethical issues relevant to the marketing of services? 20
16. What are the different communication strategies in marketing of services? Discuss. 20
-