

Seat No.: **MARCH - 2022 (Summer session) Examination**

Subject Code: 68137

(विद्यार्थ्यांनी हा विषय कोड OMR वर लिहावा / Student should fill this code on OMR sheet)

Subject Name: B.Voc (Commerce)_68137_68137 - Customer Service Management - II_21.07.2022_4.00 PM (R.M & I.T) Part - III, Sem - VI

Date: 21-07-2022

Time: 16:00:00 to 17:00:00

QP Code: 7977QP

Total Marks : 50 Each Question 2 Marks, Total 25 Ques, Duration 1 Hr

1. According to the service-quality model, the service provider can understand the needs of the customer. This is called ____ dimension/सेवा-गुणवत्तेच्या मॉडेलनुसार सेवा प्रदाता ग्राहकाची आवश्यकता समजू शकतो त्याला ____ परिमाण असे म्हणतात

- a. Response/प्रतिसाद
b. Understanding/समजून घेणे
c. Assurance/आश्वासन
d. Sympathy/सहानुभूती

2. Growing customer expectations about what an organization can offer/एखादी संस्था काय देऊ शकते याबद्दल ग्राहकांच्या वाढत्या अपेक्षा

- a. There can be improved perceptions about overall service quality/एकूणच सेवा गुणवत्तेबद्दल सुधारित धारणा होऊ शकतात
b. There may be a low perception of overall service quality/एकूणच सेवा गुणवत्तेबद्दल कमी समज होऊ शकते
c. There is no change/कोणताही बदल नाही
d. None of the above/वरीलपैकी कोणतेही नाही

3. Organizations have to use _____ to serve customers through the customer service interface./ग्राहक सेवा इंटरफेस द्वारे ग्राहकांना सेवा देण्यासाठी संस्थांना _____ याचा वापर करावा लागतो.

- a. Technology/तंत्रज्ञान
b. People/लोक
c. both A and B/ दोन्ही अ आणि बी
d. None of the above/वरीलपैकी कोणतेही नाही

4. _____ must be superior in the customer service interface/ ग्राहक सेवा इंटरफेसमध्ये _____ श्रेष्ठ असणे आवश्यक आहे

- a. Physical presence and comprehension/शारिरीक उपस्थिती आणि आकलन
b. Adaptation and emotion / attitude/जुळवून घेणे आणि भावना / दृष्टीकोन
c. both A and B/ दोन्ही अ आणि बी
d. None of the above/वरीलपैकी कोणतेही नाही

5. On what basis do consumers evaluate the incidence of complaints?/ग्राहक तक्रारींच्या घटनांचे मूल्यांकन कशाच्या आधारे करतात

- a. The result or fruit they receive/त्यांना प्राप्त होणारे परिणाम किंवा फळ
b. Methods used to generate results/परिणाम निर्माण करण्यासाठी वापरल्या जाणाऱ्या पद्धती
c. The nature of mutual treatment/परस्पर उपचारांचे स्वरूप
d. All of the above/वरील सर्व

6. PZB gap model is _____/PZB गॅप /अंतर मॉडेल म्हणजे _____

- a. Performance of Balance Services/परफॉर्मन्स ऑफ बॅलन्स सर्विसेस
b. Parashuraman, Zenithmal and Berry/परशुरामन, झेनिथमल आणि बेरी
c. Peter, Zenithmal and Berry/पीटर , झेनिथमल आणि बेरी
d. None of the above/वरीलपैकी कोणतेही नाही



7. The physical nature of the facilities provided by the service organization is called the _____ dimension/सेवा संस्थेद्वारे दिलेल्या सुविधांच्या भौतिक स्वरूपाला _____ परिमाण म्हणतात

- a. Tangible objects/मूर्त वस्तू
b. Dialog/संवाद
c. Capacity/क्षमता
d. Etiquette/शिष्टाचार

8. A service provider provides service to customers wherever it is called _____ dimension/एक सेवा प्रदाता ग्राहकांना सेवा कोठेही आहे तेथे प्रदान करते _____ परिमाण म्हणतात

- a. Etiquette/शिष्टाचार
b. Ability /क्षमता
c. Availability/उपलब्धता
d. Assurance/आश्वासन

9. Research has shown that young and high-income consumers are more likely to use the _____ channel./संशोधनात असे दिसून आले आहे की तरुण आणि उच्च उत्पन्न ग्राहकांना _____ चॅनेल वापरण्याची शक्यता जास्त आहे.

- a. Self-service/स्व: सेवा
b. single service/एकल सेवा
c. personal service/वैयक्तिक सेवा
d. non-professional service/अव्यवसायिक सेवा

10. At Bengaluru Airport, Karan was surprised by the help he received from the staff at the airport. He was worried about the standard procedures like collecting boarding pass and security check-in. But the staff overwhelmingly helped him overcome all the difficulties. Which dimension of 'service quality' was strongly promoted by the staff at the airport?/ बंगळूरु विमानतळावर करणला विमानतळावरील कर्मचाऱ्यांकडून मिळालेली मदत पाहून आश्चर्यचकित झाले. बोर्डिंग पास गोळा करणे आणि सिक्युरिटी चेक-इन यासारख्या मानक प्रक्रियेबद्दल तो चिंतेत होता. मात्र सर्व अडचणींवर मात करण्यासाठी कर्मचाऱ्यांनी भरभरून मदत केली. विमानतळावरील कर्मचाऱ्यांनी 'सेवा गुणवत्तेच्या' कोणत्या परिमाणाचा जोरदार प्रचार केला?

- a. Aesthetics/ सौंदर्यशास्त्र
b. Features/ वैशिष्ट्ये
c. Empathy/ सहानुभूती
d. Reputation/ प्रतिष्ठा

11. This is the difference between desired service and adequate service level/इच्छित सेवा आणि पुरेशी मानली जाणारी सेवा पातळी दरम्यानचा फरक म्हणजे

- a. Service quality/सेवा गुणवत्ता
b. Endurance/सहनशीलता
c. GPA/जीएपी
d. SERQUAL

12. What kind of marketing strategy is text messaging?/मजकूर द्वारे ग्राहक संदेशन कोणत्या प्रकारच्या विपणन धोरण आहे?

- a. Personal selling/वैयक्तिक विक्री
b. Sales Advertising/विक्री जाहिरात
c. Direct Marketing/थेट विपणन
d. Public relations/ जनसंपर्क

13. _____ is the main reason for difficulty in Services Marketing./ _____ सेवा विपणनात अडचण येण्याचे मुख्य कारण आहे.

- a. Separability/ विभक्तता
b. Intangibility/ अमूर्तता
c. Availability/ उपलब्धता
d. Demand Supply Gap/ मागणी पुरवठा अंतर

14. _____ is the environment in which the service is delivered and where the firm and customer interact and any tangible components that facilitate performance or communication of the service./ _____ असे वातावरण आहे ज्यामध्ये सेवा वितरीत केली जाते आणि जिथे फर्म आणि ग्राहक संवाद साधतात आणि सेवेचे कार्यप्रदर्शन किंवा संप्रेषण सुलभ करणारे कोणतेही मूर्त घटक असतात.

- a. Physical evidence/ भौतिक पुरावा
c. Place/ ठिकाण

- b. Process/ प्रक्रिया
d. People/ लोक

15. : "All human actors who play a part in service delivery and thus influence the buyer's perceptions: namely, the firm's personnel, the customer and other customers in the service environment." / "सर्व मानवी कलाकार जे सेवा वितरणामध्ये भाग घेतात आणि अशा प्रकारे खरेदीदाराच्या धारणा प्रभावित करतात: म्हणजे फर्मचे कर्मचारी, ग्राहक आणि सेवा वातावरणातील इतर ग्राहक."

- a. Process/ प्रक्रिया
c. People/ लोक

- b. Physical Environment/ भौतिक पर्यावरण
d. Place/ ठिकाण

16. A triangle of Company, Customers, Employees, Internal Marketing, External Marketing communications and Interactive marketing is known as...../ कंपनी, ग्राहक, कर्मचारी, अंतर्गत विपणन, बाह्य विपणन संप्रेषण आणि परस्परसंवादी विपणन यांचा त्रिकोण म्हणून ओळखला जातो.

- a. Marketing Triangle/ विपणन त्रिकोण
c. Communication Triangle/ संप्रेषण त्रिकोण

- b. Service Triangle/ सेवा त्रिकोण
d. Both a and b/ अ आणि ब दोन्ही

17. ___ is an example of intangible dominant./ ___ हे अमूर्त वर्चस्वाचे उदाहरण आहे.

- a. Agriculture/ शेती
c. Teaching/ अध्यापन

- b. Logistics/ रसद
d. Car Maintenance/ कार देखभाल



18. The mental energy spent by customers to acquire service is referred to as ___./ सेवा मिळवण्यासाठी ग्राहकांनी खर्च केलेली मानसिक ऊर्जा ___ म्हणून ओळखली जाते.

- a. Time Cost/ वेळ खर्च
c. Energy cost/ ऊर्जा खर्च

- b. Mental Cost/ मानसिक खर्च
d. Acquisition Cost/ अधिग्रहण खर्च

19. ___ is mainly deals with the inability to inventory services./ ___ प्रामुख्याने इन्व्हेंटरी सेवांच्या असमर्थतेशी संबंधित आहे.

- a. Intangibility/ अमूर्तता
c. Inseparability/ अविभाज्यता

- b. Perishability/ नाशवंतपणा
d. Tranquility/ शांतता

20. Competitor intelligence should be gathered ___/ स्पर्धक बुद्धिमत्ता गोळा केली पाहिजे ___

- a. Yearly/ वार्षिक
c. Half Yearly/ अर्धवार्षिक

- b. Decadely/ दशके
d. Continuously/ सतत

21. Total customer value consists of ___/ एकूण ग्राहक मूल्यामध्ये ___ असतात

- a. Product Value/ उत्पादन मूल्य
c. Service Value/ सेवा मूल्य

- b. Image Value/ प्रतिमा मूल्य
d. All of the above/ वरील सर्व

22. ___ is not an element of People./ ___ हा लोकांचा घटक नाही.

- a. Motivation/ प्रेरणा
c. Flow of activities/ उपक्रमांचा प्रवाह

- b. Teamwork/ टीमवर्क
d. Customer training/ ग्राहक प्रशिक्षण

23. The extended Gap model of service quality identifies how many gaps?/ सेवा गुणवत्तेचे विस्तारित गॅप मॉडेल किती गॅप ओळखते?

- a. 5

- b. 6

c. 7

d. 8

24. The gap between customer perception and customer expectation, also called the Service Gap is ___/ ग्राहकाची धारणा आणि ग्राहकांच्या अपेक्षा यातील अंतर, ज्याला _____ सेवा अंतर देखील म्हणतात

a. Gap 7

b. Gap 2

c. Gap 3

d. Gap 5

25. Which of the following products is an example of intangible dominant?/ खालीलपैकी कोणते उत्पादन हे अमूर्त वर्चस्वाचे उदाहरण आहे?

a. Insurance/ विमा

b. Farming./ शेती.

c. Mining./ खाणकाम.

d. Teaching/अध्यापन

