



DCLS – 102

I Semester B.Com. (LSCM) Examination, May/June 2022
(NEP Scheme)
COMMERCE

Paper – 1.2 : Marketing of Services

Time : 2½ Hours

Max. Marks : 60

Instruction : Answer should be written in **English** or **Kannada** only.

PART – A

Answer any 5 sub-questions. Each sub-question carries 2 marks.

(5×2=10)

1. a) What is service market ?

ಸೇವಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಎಂದರೇನು ?

b) Mention any 2 reasons for the growth of service sector ?

ಸೇವಾ ವಲಯದ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಯಾವುದಾದರೂ 2 ಕಾರಣಗಳನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿ.

c) Mention any two objectives of Service Marketing.

ಸೇವಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಯಾವುದಾದರೂ ಎರಡು ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸಿ.

d) What is service blueprint ?

ಸೇವಾ ನೀಲನಕ್ಷೆ ಎಂದರೇನು ?

e) What do you mean by service satisfaction ?

ಸೇವೆಯ ತೃಪ್ತಿ ಎಂದರೇನು ?

f) What do you mean by target marketing ?

ಗುರಿ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಎಂದರೇನು ?

g) What do you mean by customer behaviour in marketing of services ?

ಸೇವೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ನಡವಳಿಕೆ ಎಂದರೇನು ?

PART – B

Answer any 3 questions. Each question carries 4 marks.

(3×4=12)

2. Briefly explain any 4 'p's of service marketing.

ಸೇವಾ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ನ ಯಾವುದಾದರೂ 4 'p' ಗಳನ್ನು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ ವಿವರಿಸಿ.

P.T.O.



3. Briefly explain any 4 components of service marketing.
ಸೇವಾ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ನ ಯಾವುದಾದರೂ 4 ಅಂಶಗಳನ್ನು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ ವಿವರಿಸಿ.
4. How do you develop quality in service ?
ಸೇವೆಯಲ್ಲಿ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಹೇಗೆ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವಿರಿ ವಿವರಿಸಿ.
5. Briefly explain the encounters for satisfaction outcomes.
ಸಂತೃಪ್ತಿ ಫಲಿತಾಂಶಕ್ಕಾಗಿ ಎನ್ಕೌಂಟರ್‌ನ್ನು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ ವಿವರಿಸಿ.
6. State any 4 characteristics of service marketing.
ಸೇವಾ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ನ ಯಾವುದಾದರೂ 4 ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸಿ.

PART - C

Answer **any 3** questions. **Each** question carries **10** marks. **(3×10=30)**

7. Explain the encounters for service future and service recovery.
ಸೇವೆಯ ವೈಫಲ್ಯ ಮತ್ತು ಸೇವೆಯ ಮರುಪಡೆಯುವಿಕೆಗಾಗಿ ಎನ್ಕೌಂಟರ್‌ನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.
8. Explain the different methods of classification of services.
ಸೇವೆಗಳ ವರ್ಗೀಕರಣದ ವಿವಿಧ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.
9. Explain the decision making process in service sector.
ಸೇವಾ ವಲಯದಲ್ಲಿ ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.
10. Explain the different levels of customer relationship.
ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧದ ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.
11. How do you develop and maintain demand and capacity ?
ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೇಗೆ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುತ್ತೀರಿ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತೀರಿ ವಿವರಿಸಿ.

PART - D

Answer **any one** of the following questions. Question carries **8** marks. **(1×8=8)**

12. a) In 2004, ICICI Bank was the second largest Private Commercial Bank in India with about 470 branches and 1800 ATMs. It provide a multitude of banking and financial services, namely, banking, credit cards, loans, investments, NRI services and so on.



In the same period, it's credit card division was ranked second having about 2.4 million customers. The bank offered various categories of credit cards such as premium (Solid gold, Amex gold, Classic (Sterling Silver, American Express, Green, Mini, Easy deposit) gold and silver).

They also introduced value for money cards, affinity and co-branded cards as part of their customer relationship strategy.

Questions :

A) "By concentrating on the number game, ICICI lost out on quality of customer service." Highlight the various measures taken by the bank to retain the customers.

B) "Increased usage leads to more spending on credit cards".

Do you think ICICI bank was able to leverage the factor and build customer relationship and loyalties ?

2004 ರಲ್ಲಿ ICICI ಬ್ಯಾಂಕ್ ಸುಮಾರು 470 ಶಾಖೆಗಳು ಮತ್ತು 1800 ATM ಗಳೊಂದಿಗೆ ಭಾರತದ ಎರಡನೇ ಅತಿ ದೊಡ್ಡ ಖಾಸಗಿ ವಾಣಿಜ್ಯ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಆಗಿತ್ತು. ಇದು ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳ ಬಹು ಸಂಖ್ಯೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ಅವುಗಳೆಂದರೆ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್, ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಕಾರ್ಡ್, ಸಾಲಗಳು, ಹೂಡಿಕೆಗಳು, NRI ಸೇವೆಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ.

ಅದೇ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಅದರ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಕಾರ್ಡ್ ವಿಭಾಗವು ಸುಮಾರು 2.4 ಮಿಲಿಯನ್ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಎರಡನೇ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದು. ಬ್ಯಾಂಕ್ ವಿವಿಧ ಬಗೆಯ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಕಾರ್ಡ್‌ಗಳನ್ನು ನೀಡಿತು. ಅವುಗಳೆಂದರೆ, ಪ್ರೀಮಿಯಂ (ಸಾಲಿಡ್ ಗೋಲ್ಡ್, ಅಮೆಕ್ಸ್ ಗೋಲ್ಡ್, ಕ್ಲಾಸಿಕ್ (ಸ್ಟರ್ಲಿಂಗ್ ಸಿಲ್ವರ್, ಅಮೇರಿಕನ್ ಎಕ್ಸ್‌ಪ್ರೆಸ್, ಗ್ರೀನ್, ಮಿನಿ, ಈಸೀ ಡೆಪಾಸಿಟ್) ಗೋಲ್ಡ್ ಮತ್ತು ಸಿಲ್ವರ್.)

ಅವರು ತಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧ ಕಾರ್ಯತಂತ್ರದ ಭಾಗವಾಗಿ ಹಣದ ಕಾರ್ಡುಗಳು, ಅಫಿನಿಟಿ ಕಾರ್ಡುಗಳು ಮತ್ತು ಸಹಬ್ರಾಂಡೆಡ್ ಕಾರ್ಡುಗಳಿಗೆ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸಿದರು.

ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು :

A) "ನಂಬರ್ ಗೇಮ್‌ನ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುವ ಮೂಲಕ ICICI ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಂಡಿತು" ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಬ್ಯಾಂಕ್ ಕೈಗೊಂಡಿರುವ ವಿವಿಧ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ.

B) "ಹೆಚ್ಚಿದ ಬಳಕೆಯು ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಕಾರ್ಡುಗಳ ಮೇಲೆ ಹೆಚ್ಚು ಖರ್ಚು ಮಾಡಲು ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ".

ICICI ಬ್ಯಾಂಕ್ ಈ ಅಂಶವನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಲು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧ ಮತ್ತು ನಿಷ್ಠೆಯನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಯಿತು ಎಂದು ಭಾವಿಸುತ್ತೀರಾ ? ವಿವರಿಸಿ.

OR

b) Prepare a chart on components and classification of service marketing.

ಘಟಕಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವಾ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ನ ವರ್ಗೀಕರಣದ ನಕ್ಷೆಯನ್ನು ತಯಾರಿಸಿ.