

व्यवसायिक प्रबंधन में स्नातक (बी. बी. ए.आर. आई. एल.)

सत्रीय कार्य
2025

जाँच सत्रीय कार्य की अवधि - 1st जनवरी 2025 से 30th दिसम्बर, 2025

चतुर्थ सत्र



प्रबंध अध्ययन विद्यापीठ
इन्दिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय
मैदान गढ़ी, नई दिल्ली -1100 68



व्यवसायिक प्रबंधन में स्नातक (बी. बी. ए.आर. आई. एल.)

सत्रीय कार्य
2025

प्रिय छात्र/छात्राओं,

जैसा कि कार्यक्रम दर्शिका में स्पष्ट किया गया है, आपको प्रत्येक अवधि में एक अध्यापक जांच सत्रीय कार्य करना होगा।

हम **BRL-109 & BRL-110** सत्रीय कार्य भेज रहे हैं।

अंतिम परीक्षा में सत्रीय कार्य के लिए 30% अंक निर्धारित हैं। सत्रांत परीक्षा में बैठने योग्य होने के लिए यह आवश्यक है कि समय सूची के अनुसार आप इस सत्रीय कार्य को पूरा करके भेज दें। सत्रीय कार्य को करने से पहले आपको चाहिए कि कार्यक्रम दर्शिका में दिए गए निर्देशों को ध्यानपूर्वक पढ़ लें, जिसे आपके पास अलग से भेजा गया है।

1. वे छात्र जो जून 2025 के सत्रांत परीक्षा में उपस्थित हो रहे हैं, उन्हें 15 मार्च 2025 तक जमा करवाना होगा।
2. वे छात्र जो दिसम्बर 2025 की सत्रांत परीक्षा में उपस्थित हो रहे हैं। वे 15 अक्टूबर 2025 तक जमा करवायें।

आपको सभी पाठ्यक्रमों के सत्रीय कार्य को अपने अध्ययन केंद्र के समन्वयक को प्रस्तुत करना होगा।

अध्यापक जांच सत्रीय कार्य

पाठ्यक्रम का कोड	:	बी. आर. एल. – 109
पाठ्यक्रम का शीर्षक	:	कस्टमर वैल्यू मैनेजमेंट
सत्रीय कार्य का कोड	:	बी. आर. एल. – 109/टी. एम. ए./2025
खण्डों की संख्या	:	सभी खण्ड

अधिकतम अंक : 100

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

क) लघु प्रकार के प्रश्न

1. कस्टमर वैल्यू (customer value) निर्धारण की प्रक्रिया क्या है? उपयुक्त उदाहरणों के साथ समझाइए। (10)
2. कस्टमर बाइंग पैटर्न्स (Customer buying patterns) को परिभाषित करें। समझाएँ कि खुदरा विक्रेता कस्टमर बाइंग पैटर्न्स (Customer buying patterns) पर ध्यान क्यों केंद्रित करते हैं। (10)
3. प्रोडक्ट लाइफ साइकिल (product life cycle) के विभिन्न चरणों की व्याख्या करें। हमें ग्राहक की जरूरत को प्रोडक्ट लाइफ साइकिल (product life cycle) से क्यों जोड़ना चाहिए? (10)
4. कस्टमर वैल्यू एक्सपेक्टेडेशंस (customer value expectations) के विभिन्न निर्धारकों पर विस्तार से चर्चा करें। अपने व्यक्तिगत अनुभवों से उदाहरणों के साथ उन निर्धारकों को समझाएँ। (10)
5. कस्टमर परसेप्शन (Customer Perception) के विभिन्न सिद्धांतों की व्याख्या करें। वर्तमान संदर्भ में कौन सा सबसे अधिक प्रासंगिक है? (10)
6. डेटा माइनिंग (data mining) क्या है और इसका उपयोग क्यों किया जाता है ? साथ ही, संचार में सोशल नेटवर्किंग (social networking) की भूमिका का वर्णन करें। (10)
7. गैप्स मॉडल (gaps model) का संक्षेप में वर्णन करें तथा मॉडल द्वारा पहचाने गए पांच अंतरालों के महत्व की व्याख्या करें। (10)

(ख) निबंध प्रकार के प्रश्न

8. कस्टमर वैल्यू (customer value) सृजन में खुदरा विक्रेताओं द्वारा उपयोग की जा रही विभिन्न प्रौद्योगिकियों पर चर्चा करें। (15)
9. a) भारतीय खुदरा उद्योग का उत्पादवार विवरण दीजिए, तथा बताइए कि किस प्रकार संस्कृति और भौगोलिक अंतर खुदरा विक्रेताओं द्वारा ग्राहकों को दी जाने वाली मूल्य पेशकशों को प्रभावित करते हैं। (7+8)
- b) कस्टमर लॉयल्टी (customer loyalty) पहचान करने के लिए मुख्य पैरामीटर क्या हैं? कंपनियाँ कस्टमर वैल्यू मैनेजमेंट सिस्टम (customer value management systems) को प्रबंधित करने में क्यों विफल हो जाती हैं? (7+8)

अध्यापक जांच सत्रीय कार्य

पाठ्यक्रम का कोड	:	बी. आर. एल. – 110
पाठ्यक्रम का शीर्षक	:	रिटेल में आईटी अनुप्रयोग
सत्रीय कार्य का कोड	:	बी. आर. एल. – 110/टी. एम. ए./2025
खण्डों की संख्या	:	सभी खण्ड

अधिकतम अंक : 100

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

क) लघु प्रकार के प्रश्न

1. एकीकृत खुदरा निष्पादन प्रणाली से आप क्या समझते हैं? स्टोर निष्पादन प्रणाली के घटकों का वर्णन करें। (10)
2. खुदरा उद्योग में उपयोग की जाने वाली विभिन्न तकनीकों पर चर्चा करें और उनके महत्व पर प्रकाश डालें। (10)
3. खुदरा व्यापार में सूचना प्रणाली क्यों महत्वपूर्ण है? खुदरा व्यापार में सूचना प्रणाली के लाभों पर चर्चा करें। (10)
4. निम्नलिखित के बीच अंतर स्पष्ट कीजिए: (4X5)
 - क) आंतरिक प्रदर्शन और विंडो प्रदर्शन
 - ख) संस्थागत संकेत और सूचनात्मक संकेत
 - ग) बिजनेस इंटेलिजेंस और मोबाइल बिजनेस इंटेलिजेंस
 - घ) ईट खुदरा बिक्री और मोटार खुदरा बिक्री
5. निम्नलिखित पर संक्षेप में नोट लिखें: (4X5)
 - क) सूचना प्रौद्योगिकी (आईटी)
 - ख) सतत स्टॉक टेक(Perpetual Stock Take)
 - ग) क्रॉस चैनल निष्पादन
 - घ) आरएफआईडी आधारित स्मार्ट विज़ुअल मर्चेन्डाइजिंग

(ख) निबंध प्रकार के प्रश्न

6. ग्राहक संबंध प्रबंधन (सीआरएम) की अवधारणा और आवश्यकता की व्याख्या करें। खुदरा सीआरएम में उभरते रुझानों पर चर्चा करें और इसके लाभों और कार्यान्वयन संबंधी विचारों का विश्लेषण करें। (15)
7. एंटरप्राइज़ रिसोर्स प्लानिंग (ईआरपी) क्या है? इसकी प्रमुख विशेषताओं और घटकों की व्याख्या करें। संगठनों में ईआरपी को लागू करने के लाभों के साथ-साथ इसके कार्यान्वयन के दौरान आने वाली चुनौतियों पर चर्चा करें। अपनी बातों को स्पष्ट करने के लिए प्रासंगिक उदाहरण प्रदान करें। (15)