

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

सत्रीय कार्य
2026 –27

जाँच सत्रीय कार्य की अवधि - 1st जुलाई 2026 से 30th जून 2027

पंचम 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
2026-27

प्रिय छात्र/छात्राओं,

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

हम एक साथ **BRL-111, BRL-112, BRL-113, BRL-114, और BCOS-185** 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 दिसम्बर 2026 की सत्रांत परीक्षा में उपस्थित हो रहे हैं। वे 15 अक्टूबर 2026 तक जमा करवायें।
2. वे छात्र जो जून 2027 के सत्रांत परीक्षा में उपस्थित हो रहे हैं, उन्हें 15 मार्च 2027 तक जमा करवाना होगा।

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. – 111
पाठ्यक्रम का शीर्षक	:	खुदरा उपभोक्ता व्यवहार
सत्रीय कार्य का कोड	:	बी. आर. एल. - 111/टी. एम. ए./2026 - 27
खण्डों की संख्या	:	सभी खण्ड

अधिकतम अंक : 100

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

(क) लघु प्रकार के प्रश्न

1. खुदरा उपभोक्ता क्रय प्रक्रिया में कौन-कौन से चरण शामिल होते हैं? खुदरा उद्योग में उपभोक्ता क्रय चक्र की व्याख्या करते हुए एक टिप्पणी लिखिए। (10)
2. उत्पाद की गुणवत्ता और मूल्य निर्धारण निष्ठावान ग्राहकों के निर्माण में बाधा क्यों बन सकते हैं? स्पष्ट कीजिए। (10)
3. खुदरा क्रय में खरीद के बाद मूल्यांकन (Post-Purchase Evaluation) और ग्राहक संतुष्टि की भूमिका का संक्षेप में वर्णन कीजिए। (10)
4. “अधिक से अधिक खुदरा विक्रेता अपने उत्पादों और सेवाओं के प्रचार-प्रसार के लिए सोशल मीडिया का उपयोग कर रहे हैं।” व्याख्या कीजिए। (10)
5. खुदरा विक्रेता कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) और मशीन लर्निंग (Machine Learning) का उपयोग करके ग्राहक खंडीकरण को बेहतर बनाने तथा विपणन रणनीतियों को व्यक्तिगत बनाने के लिए कैसे कर सकते हैं? (10)
6. RFM विश्लेषण (RFM Analysis) और ग्राहक जीवनकाल मूल्य (Customer Lifetime Value - CLV) में क्या अंतर है? खुदरा विक्रेता संभावित उपभोक्ताओं को लक्षित करने के लिए इन मॉडलों का उपयोग कैसे करते हैं? (10)
7. खुदरा वातावरण में स्टोर लेआउट उपभोक्ताओं की आवाजाही, उत्पाद खोज और क्रय निर्णयों को किस प्रकार प्रभावित करता है? (10)

(ख) निबंध प्रकार के प्रश्न

8. ऑनलाइन समीक्षाओं (Online Reviews) तथा रेटिंग्स (Ratings) का उपभोक्ताओं के निर्णय-निर्माण और क्रय व्यवहार पर पड़ने वाले प्रभाव की चर्चा कीजिए। उपयुक्त उदाहरणों सहित स्पष्ट कीजिए कि सकारात्मक तथा नकारात्मक समीक्षाएँ उपभोक्ताओं का प्रत्यक्ष, विश्वास, क्रय-इच्छा तथा ब्रांड निष्ठा को किस प्रकार प्रभावित करती हैं। (15)
9. क) उपभोक्ता के आवेगपूर्ण क्रय व्यवहार (Impulsive Buying Behaviour) को प्रभावित करने वाले कारकों का वर्णन कीजिए। (8 + 7)
ख) खुदरा व्यापार में नैतिक विचार एवं नैतिक प्रथाएँ क्या हैं? व्याख्या कीजिए।