

Maulana Azad National Urdu University
Department of Management and Commerce

M.Com. II Semester Examination May - 2015

Paper-202 Marketing Management

Time : 3 hrs

Marks : 70

حصہ الف

10 X 2 = 20

1. تمام سوالات کے جوابات مطلوب ہیں۔ ہر جواب پچاس (50) الفاظ سے زیادہ نہ ہو۔

- (a) بازارکاری (Marketing) کے مفہوم سمجھائیے۔
- (b) بازارکاری کا ماحول (Marketing Environment) سے کیا مراد ہے؟
- (c) سائبر بازارکاری (Cyber Marketing) کا کیا مطلب ہے؟
- (d) بازارکی تقسیم (Market Segmentation) کے کیا معنی ہیں؟
- (e) اشیاء (Product) کی درجہ بندی کیجیے۔
- (f) پراڈکٹ مکس (Product Mix) کی وضاحت کیجیے۔
- (g) بازارکی ترسیل (Market Communication) سے کیا مراد ہے؟
- (h) اشتہار (Advertising) اور شخصی فروختگی (Personal Selling) میں کیا فرق ہے؟
- (i) صارفین کے رویہ سے کیا مراد ہے؟
- (j) دیہی بازارکاری (Rural Marketing) کے تصور کو سمجھائیے۔

حصہ ب

5 x 10 = 50

تمام سوالات کے جواب مطلوب ہیں۔ ہر جواب (200) الفاظ سے زائد نہ ہو۔

2. (a) بازارکاری کے مختلف تصورات (Concept) کی وضاحت کیجیے۔
یا
(b) بازارکاری (Marketing) کے مختلف Challenges پر تفصیلی روشنی ڈالیے۔
3. (a) حکمت عملی والی بازارکاری سے کیا مراد ہے؟ اس کی روشنی میں بازارکاری کے طریقہ عمل کو بیان کیجیے۔
یا
(b) مندرجہ ذیل کے بارے میں نوٹ لکھیے۔
Segmentation (i) Targeting (ii) Positioning (iii)
4. (a) بازارکاری کے چینل (Channel) کی اہمیت کے بارے میں تفصیل سے بیان کیجیے۔
یا
(b) سیلز پروموشن (Sales Promotion) اور شخصی فروختگی (Personal Selling) کے درمیان واضح فرق کو تفصیل اور مثالوں سے بیان کیجیے۔
5. (a) پراڈکٹ لائف سیکل (Product Life Cycle) کے مختلف مرحلے کون سے ہیں خاکے کے ذریعہ موزوں مثالوں سے بیان کیجیے۔
یا
(b) بازارکاری میں قیمتوں کی کیا اہمیت ہے؟ اس کے اہم مقاصد (Objectives) پر تفصیلی روشنی ڈالیے۔
6. (a) صارفین کے برتاؤ (Consumer Behaviour) کے مقاصد اور اس کے تحدیدات (Limitation) کو بیان کیجیے۔
یا
(b) دیہی بازارکاری (Rural Marketing) کی اہمیت پر تفصیلی روشنی ڈالیے۔

