

Maulana Azad National Urdu University

Department of Management

M.B.A. I Semester Examination - November/December - 2015

PAPER 105 - Marketing Management

مارکیٹنگ مینجمنٹ

Time : 3 hrs

Marks : 70

حصہ الف

10 X 2 = 20

تمام سوالات کے جواب مطلوب ہیں۔ ہر سوال کا جواب 50 الفاظ سے زائد نہ ہو۔

.1

- (a) بازار کاری (Marketing) اور فروخت (Selling) کے درمیان امتیاز کیجیے۔  
(b) صارف اور گاہک (Customer and Consumer) کے درمیان امتیاز کیجیے۔  
(c) Market Segmentation کے مفہوم کو بیان کیجیے۔  
(d) Product Line کے مفہوم کو بیان کیجیے۔  
(e) تشہیر اور پبلسٹی کے درمیان امتیاز کیجیے۔  
(f) تشہیر بدریجہ انٹرنیٹ سے کیا مراد ہے؟  
(g) Strategic Control سے کیا مراد ہے؟  
(h) آن لائن بازار کاری سے کیا مراد ہے؟  
(i) Marketing Mix  
(j) Channel Management

حصہ ب

5 x 10 = 50

تمام سوالات کے جواب مطلوب ہیں۔ ہر سوال کا جواب 200 الفاظ سے زائد نہ ہوں۔

.2

(a) بازار کاری کے انتظامیہ (Marketing Management) کے افعال کی وضاحت کیجیے۔

(b) بازار کاری کے جزوی و کلی ماحولی عوامل (Micro and Macro Environmental Factor) کی تشریح کیجیے۔

(a) Market Segmentation کی حکمت عملی پر تفصیلی روشنی ڈالیے۔

(b) Product of Positioning کے مختلف مراحل پر بحث کیجیے۔

(a) پیداوار کی منصوبہ بندی اور ترقی (Product Planning and Development) سے تعلق رکھنے والے مختلف حکمت عملیوں پر بحث کیجیے۔

(b) قیمت کاری (Pricing) سے کیا مراد ہے؟ قیمت سازی کے مختلف حکمت عملیوں کی وضاحت کیجیے۔

(a) بازار کاری کے مختلف تقسیمی ذرائع (Distribution Channel) کی وضاحت کیجیے۔

(b) تشہیر کے مختلف اقسام (Types) کی وضاحت کیجیے۔

(a) بازار کاری پر کنٹرول کے مختلف تکنیک کی وضاحت کیجیے۔

(b) صارفین کا برتاؤ (Consumer Behavior) پر اثر انداز ہونے والے مختلف عوامل (Factors) کو بیان کیجیے۔