

Maulana Azad National Urdu University

MBA III Semester Examination December - 2018

Paper: (MMBA321DST): Consumer Behaviour (CM) (Major Elective)

پرچہ: صارف کارویہ

Total Marks : 70

Time : 3 hours

ہدایات:

یہ پرچہ سوالات تین حصوں پر مشتمل ہے: حصہ اول، حصہ دوم، حصہ سوم۔ ہر جواب کے لئے لفظوں کی تعداد اشارہ ہے۔ تمام حصوں سے سوالوں کا جواب دینا لازمی ہے۔

1. حصہ اول میں 10 لازمی سوالات ہیں جو کہ معروضی سوالات/خالی جگہ پُر کرنا/مختصر جواب والے سوالات ہیں۔ ہر سوال کا جواب لازمی ہے۔ ہر سوال کے لیے 1 نمبر مختص ہے۔ (10 x 1 = 10 Marks)

2. حصہ دوم میں آٹھ سوالات ہیں۔ اس میں سے طالب علم کو کوئی پانچ سوالوں کے جواب دینے ہیں۔ ہر سوال کا جواب تقریباً دو سو (200) لفظوں پر مشتمل ہے۔ ہر سوال کے لیے 6 نمبرات مختص ہیں۔ (5 x 6 = 30 Marks)

3. حصہ سوم میں پانچ سوالات ہیں۔ اس میں سے طالب علم کو کوئی تین سوالوں کے جواب دینے ہیں۔ ہر سوال کا جواب تقریباً پانچ سو (500) لفظوں پر مشتمل ہے۔ ہر سوال کے لیے 10 نمبرات مختص ہیں۔ (3 x 10 = 30 Marks)

حصہ اول

سوال: 1

(i) ضرورت (Needs) اور خواہشات (Wants) کے درمیان امتیاز کیجیے۔

(ii) غیر شخصی اثرات (Non-Personal Influencing) کے عوامل کو بیان کیجیے۔

(iii) Self-Actualisation کیا ہے۔

(iv) سماجی کلاس (Social Class) کی وضاحت کیجیے۔

(v) Reference Group کی تعریف کیجیے۔

(vi) Psychographics سے کیا مراد ہے؟

(vii) Symbolic Learning کے کہتے ہیں؟

(viii) تشہیر کے Non Verbal عوامل کیا ہوتے ہیں؟ بیان کیجیے۔

(ix) Post Purchase Dissonance کے کہتے ہیں؟

(x) Economic Model کی وضاحت کیجیے۔

حصہ دوم

2. موجودہ بازاری پس منظر میں صارفین کی اہمیت کو بیان کیجیے۔

3. صارفین کی فیصلہ سازی پر اثر انداز ہونے والے عوامل کو بیان کیجیے۔

4. خریداری کے فیصلہ میں Online Information Processing کے کردار کو بیان کیجیے۔

5. Opinion Leader کے کہتے ہیں؟ اس کی خصوصیات بیان کیجیے۔

- 6 Consumer Decision Making Model کی اہمیت کو بیان کیجیے۔
- 7 رجحان (Attitude) کسے کہتے ہیں؟ اس کے Components کو بیان کیجیے۔
- 8 صارفین کے رویہ میں Celebrity Endorsement کے اثر کو مثال کے ساتھ بیان کیجیے۔
- 9 صارفین کی تشفی (Consumer Satisfaction) پر اثر انداز ہونے والے عوامل کی نشاندہی کیجیے۔

حصہ سوم

- 10 ماسلو کے نظریہ ضرورت (Maslow Need Hierarchy Theory) کی مدد سے دیرپا اور غیر دیرپا (Durable and Non-durable) سامان کی بازار کاری کی حکمت عملی کو بیان کیجیے۔
- 11 شخصیت (Personality) کے تصور (Concept) کو بیان کیجیے۔ بازار کاری میں اس کی اہمیت کی وضاحت کیجیے۔
- 12 لائف اسٹائل (Life Style) کسے کہتے ہیں؟ اس پر اثر انداز ہونے والے عوامل کو بیان کیجیے۔
- 13 کسی ایک Consumer Behaviour کے ماڈل کو استعمال کرتے ہوئے فیصلہ سازی میں اس کی اہمیت کو بتائیے۔
- 14 CRM کی وضاحت کیجیے، اس سے صارف اور کمپنی کو حاصل فوائد بیان کیجیے۔

