

Maulana Azad National Urdu University
Department of Management and Commerce
M.B.A. IV Semester Examination - May - 2015
Paper 405/406 : Sales and Advertisement Management (SAM)

1122

Time : 3 hrs

Marks : 70

حصہ الف

2 X 10 = 20

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

- (a) Cool Call (کول کال) کسے کہتے ہیں؟
- (b) AIDAS سے کیا مراد ہے؟
- (c) Prospecting سے کیا مراد ہے؟
- (d) "Customer is the King" کی وضاحت کیجیے۔
- (e) بہترین اجرتی خاکہ (Remuneration Plan) کے عوامل کو بیان کیجیے۔
- (f) عملی کی بھرتی (Recruitment) کے ذرائع پر روشنی ڈالیے۔
- (g) Pull اور Push حکمت عملی کسے کہتے ہیں؟
- (h) Institutional Advertisement کسے کہتے ہیں؟
- (i) DAGMAR کسے کہتے ہیں؟
- (j) تشہیر کا معاشی پہلو بیان کیجیے۔

حصہ ب

5 x 10 = 50

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

- (a) موثر فروختگی (Effective Selling) کے مختلف مراحل کو بیان کیجیے۔
- (b) کسی دو فروختگی کے نظریوں (Selling Theories) کو مثالوں کے ذریعہ بیان کیجیے۔
- (a) کامیاب Salesman کسے کہتے ہیں؟ ان میں پائی جانے والے خوبیوں کو بیان کیجیے۔
- (b) تربیت (Training) کے مختلف طریقہ کاروں کو بیان کیجیے۔
- (a) 4. سلیز بجز Sales Budget سے کیا مراد ہے؟ Sales Budget پر تفصیلی روشنی ڈالیے۔
- (b) فروخت پر کنٹرول (Sales Control) کا مقصد کیا ہے؟ فروخت پر کنٹرول کرنے کے مختلف طریقہ کار کو بیان کیجیے۔
- (a) 5. تشہیر (Advertisement) کسے کہتے ہیں؟ بازار کاری میں اس کی اہمیت پر روشنی ڈالیے۔
- (b) تشہیر کے لیے ذرائع (Media) کے انتخاب میں کون سے عوامل کو مد نظر رکھا جاتا ہے؟ تفصیلی بیان کیجیے۔
- (a) 6. تشہیر کے سماجی اور اخلاقی پہلوؤں پر روشنی ڈالیے۔
- (b) تشہیر کے 5Ms کو تفصیلی بیان کیجیے۔

