

Maulana Azad National Urdu University

PhD (Management) Course Work Examination - February-March- 2022

PHMB121DST - Marketing Management

Time : 3 hrs

Marks : 70

ہدایات:

- یہ پرچہ سوالات دو حصوں پر مشتمل ہے: حصہ اول اور حصہ دوم۔ 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 اس میں طالب علم کو کوئی آٹھ سوالوں کے جواب دینے ہیں۔ ہر سوال کا جواب تقریباً سو (100) لفظوں پر مشتمل ہے ہر سوال کے لیے 5 نمبرات مختص ہیں۔  
(8 x 5 = 40 Marks)
  2. حصہ دوم میں پانچ سوالات ہیں۔ اس میں سے طالب علم کو کوئی تین سوالوں کے جواب دینے ہیں۔ ہر سوال کا جواب تقریباً ڈھائی سو (250) لفظوں پر مشتمل ہے۔ ہر سوال کے لیے 10 نمبرات مختص ہیں۔  
(3 x 10 = 30 Marks)

حصہ اول

1. فروخت اور بازار کاری (Selling-Marketing) میں کیا فرق ہے۔ سمجھائیے۔
2. مارکیٹنگ انتظامیہ (Marketing Management) کو مختصر بیان کریئے۔
3. مارکیٹنگ تصور (Concepts of Marketing) کو سمجھائیے۔
4. حکمت عملی کے کوئی ایک طریقے کو مختصر سمجھائیے
5. خدمات کے (IS) 4 سے کیا مراد ہے۔ مثال کے ساتھ بیان کریئے۔
6. قیمت فیصلہ سازی (Strategic Pricing Decisions) کے حکمت عملی کو سمجھائیے۔
7. شخصی فروخت (Personal Selling) کس طرح اشیاء کے لیے مفید ہیں اور کتنے اقدامات استعمال ہوتا ہے؟ بیان کیجیے۔
8. موجودہ کرونا وائرس (Present Scenario-Covid) کے حالات میں بازار کس طرح سے بدلاؤ آیا ہے۔ روشنی ڈالیے۔
9. نئی اشیاء کی ترقی کے مراحل کو بیان کریں۔
10. اسٹریٹجک کنٹرول (Strategic Control) سے کیا مراد ہے۔

حصہ دوم

11. صارفین کے لیے بازاری قطعہ کس طرح کیا جاتا ہے۔ تفصیل سے سمجھائیے۔
12. فروغ (Promotion) کے 5M's Decisions ماڈل کو تفصیل سے سمجھائیے۔
13. حوصلہ افزائی نظریہ (Motivation Theory) کے کوئی دو کو تفصیل سے سمجھائیے۔
14. تقسیم (Distribution) کی اہمیت اور فیصلہ سازی کے خصوصی حکمت عملی کو بیان کریئے۔
15. صارفین کے برتاؤ کے کوئی ایک ماڈل (Consumer Behaviour Model) کو تفصیل سے سمجھائیے۔

☆☆☆