

Maulana Azad National Urdu University

Master of Commerce : II Semester Examination, August 2021

Paper : MMCM202CCT : Marketing Management

پرچہ : بازارکاری کا انتظامیہ

Time : 3 hrs

Marks : 70

ہدایات:

یہ پرچہ سوالات دو حصوں پر مشتمل ہے: حصہ اول اور حصہ دوم۔ ہر جواب کے لیے لفظوں کی تعداد اشارہ ہے۔ تمام حصوں سے سوالوں کا جواب دینا لازمی ہے۔

1. حصہ اول میں 10 سوالات ہیں، اس میں سے طالب علم کو کوئی 08 سوالوں کے جواب دینے ہیں۔ ہر سوال کا جواب تقریباً سو (100) لفظوں پر مشتمل ہے ہر سوال کے لیے 05 نمبرات مختص ہیں۔
(8 x 5 = 40 Marks)
2. حصہ دوم میں 05 سوالات ہیں۔ اس میں سے طالب علم کو کوئی 03 سوال کا جواب دینا ہے۔ سوال کا جواب تقریباً ڈھائی سو (250) لفظوں پر مشتمل ہے۔ سوال کے لیے 10 نمبرات مختص ہیں۔
(10x3 = 30 Marks)

حصہ اول

1. Marketing Mix کے تصور کی وضاحت کیجیے۔
2. Market Positioning سے کیا مراد ہے؟ اس کے منصوبہ بندی کو بیان کریں۔
3. Cyber Marketing میں اخلاقیات کی ضرورت کو بیان کریں۔
4. Product Line کو مثالوں کے ساتھ بیان کیجیے۔
5. Product Mix کیا ہے؟ اس کے مختلف عناصر کو بیان کریں۔
6. مصنوعات کی زندگی سائیکل (Product of Life) کے مختلف مراحل کو تفصیل سے بیان کیجیے۔
7. ذاتی فروخت (Personal Selling) اور (Sales Promotion) کے مابین امتیاز کیجیے۔
8. بازارکاری چینلز (Marketing Channels) کی اہمیت کو قلم بند کیجیے۔
9. صارفین کے رویے (Consumer Behaviour) سے آپ کیا سمجھتے ہیں؟
10. دیہی بازارکاری (Rural Marketing) کی اہمیت پر روشنی ڈالیے۔

حصہ دوم

11. جزوی (Micro) اور کلی (Macro) بازارکاری ماحول کو مثالوں کے ساتھ بیان کریں۔
12. بازارکاری سے کیا مراد ہے؟ بازارکاری انتظامیہ کے مختلف مراحل کو تفصیل سے بیان کیجیے۔
13. قیمتوں کا تعین (Pricing) سے آپ کیا سمجھتے ہیں؟ اس کے مقاصد کو بیان کیجیے۔
14. 'Promotion Mix' کے مختلف آلات کو مثالوں کے ساتھ وضاحت کیجیے۔
15. ہندوستانی معیشت کے لیے خدمت کے شعبے (Service Section) کی ترقی کی اہمیت کو بیان کیجیے۔