

**Maulana Azad National Urdu University**  
**Master of Commerce 1st Year**  
**II Semester Examination - September, 2020 (Backlog)**  
**Paper - MMCM202CCT : Marketing Management**

پرچہ : بازارکاری کا انتظامیہ

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

خالی جگہوں کو پُر کیجئے۔

(i) دیہی پیداوار کی مثالیں..... ہیں۔

(ii) صنعتی پیداوار کی مثال..... ہے۔

(iii) صارف کے نفسیاتی عوامل..... ہے۔

(iv) قیمت سازی کے مقاصد..... ہے۔

(v) سماجی ذمہ داری کے تحت انجام دیے جانے والی مثالیں..... ہیں۔

II صحیح یا غلط بتلائیے۔

(vi) تھوک تاجرین صارفین کی چھوٹی چھوٹی مقدار میں مال فروخت کرتے ہیں۔ ( )

(vii) ہندوستان کی زیادہ تر آبادی شہروں میں رہتی ہے۔ ( )

(viii) قیمت فروخت صارفین کو متاثر کرتے ہیں۔ ( )

(ix) تشہیر پیداوار کے متعلق معلومات فراہم کرتے ہیں۔ ( )

(x) سرٹکوں کی تعمیر دیہی بازارکاری میں مدد دیتے ہیں۔ ( )

## حصہ دوم

- .2. تشہیر کے کسی ایک ذریعہ کی وضاحت کیجیے۔
- .3. تقسیمی چینل (Distribution Channel) کی اہمیت کو بیان کیجیے۔
- .4. سماجی ذمہ داری (Social Responsibility) سے کیا مراد ہے؟
- .5. شخصی فروخت (Personnel Selling) سے کیا مراد ہے؟
- .6. Marketing Mix کے مفہوم کو بیان کیجیے۔
- .7. خدمات کی بازارکاری (Service Marketing) سے کیا مراد ہے؟
- .8. بازارکاری کو درپیش چیلنجز کو بیان کیجیے۔
- .9. قیمت کے تعین کے دوران پیش نظر رکھے جانے والے عوامل کو بیان کیجیے۔

## حصہ سوم

- .10. بازارکاری (Marketing) کے مفہوم کو بیان کرتے ہوئے اس کی اہمیت کو بیان کیجیے۔
- .11. صارفین کا برتاؤ (Consumer Behaviour) کی اہمیت و افادیت کو بیان کیجیے۔
- .12. تشہیر (Advertisement) کی ضرورت اور اہمیت کو بیان کیجیے۔
- .13. قیمت سازی (Pricing) سے کیا مراد ہے؟ کسی ایک طریقہ پر بحث کیجیے۔
- .14. ہندوستان کے پس منظر میں دیہی بازارکاری (Rural Marketing) پر تفصیلی روشنی ڈالیے۔

