

# Maulana Azad National Urdu University

Master of Commerce : II Semester Examination, August 2021

Paper : MMCM202DST : Services Marketing

پرچہ : سرویسز مارکیٹنگ

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. سروس مارکیٹنگ سے آپ کیا سمجھتے ہیں؟ اس کی خصوصیات بیان کریں۔
2. سروس مارکیٹنگ ٹرائینگل (Triangle) کو تفصیل سے بتلائیں۔
3. اندرونی (Internal) اور بیرونی (External) مارکیٹنگ کے درمیان امتیاز کیجیے۔
4. مندرجہ ذیل پر نوٹ لکھیں۔  
High Contact Services (ii) Low Contact Services (i)
5. چینل آف ڈسٹری بیوشن (Channel of Distribution) سے آپ کیا سمجھتے ہیں؟ مختلف اقسام کے چینل کا تذکرہ کریں۔
6. سروس مارکیٹنگ کی روشنی میں People Strategies کو سمجھائیں۔
7. سروس مارکیٹنگ میں معیار (Quality) کی اہمیت پر روشنی ڈالیں۔
8. صارفین کا برتاؤ (Consumer Behaviour) کی تعریف کرتے ہوئے Consumer Buying Behaviour کے مختلف مراحل کو بیان کریں
9. کسی دواخانہ (Hospital) کی خدمات کے لیے مارکیٹنگ مکس (Marketing Mix) کی وضاحت کیجیے۔
10. سروس مارکیٹنگ کے نظریہ سے Physical Evidence کو ایک مثال کے ذریعہ سمجھائیں۔

## حصہ دوم

11. سروس مارکیٹنگ مکس (Service Marketing Mix) یا 7P کو تفصیل سے بیان کریں۔
12. پروڈکٹ (Product) اور سروس (Service) کے درمیان فرق کو تفصیل سے بتلائیں۔
13. قیمت سازی (Pricing Decision) کسے کہتے ہیں؟ مختلف اقسام کے Price کا تذکرہ کریں۔
14. RATER ماڈل کیا ہے؟ اس ماڈل کے عناصر (Elements) کو تفصیل سے بتلائیں۔
15. کسی تجارتی بینک (Commercial Bank) کی خدمات کے لیے Marketing Mix کو تفصیل سے بیان کریں۔