

Maulana Azad National Urdu University

Ph.D. (Management) Course Work Examination, April - 2021

Paper - PHMB121DST : Marketing Management

Time : 3 hrs

Marks : 70

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

(i) بازار (Market) کسے کہتے ہیں؟

(ii) صارفین کے برتاؤ Satisfactors اور Delight میں کیا فرق ہے؟

(iii) "Holistic اور Marketing Concept" کی تشریح کیجیے۔

(iv) "Ansoff Grid" کسے کہتے ہیں؟

(v) بی سی جی "BCG Matrix" کے "HP, HG Quadrat" کس چیز کو ڈالا جاتا ہے۔

(vi) میسج "Message Appeal" اگر Rational ہو تو مثال کیا ہوگی _____۔

(vii) "Consumer Adoptors Diffusion Process" کس کا حصہ ہے _____۔

(viii) Verticle Marketing System (VMS) کی مثال دیجیے۔

(ix) شدت Integratic Growth کے اقسام؟

All of these (d)

Backward (c)

Verifical (b)

Horizontal (a)

(ہاں / نہیں)

(x) بازار کاری میں "Market Skimming Price" میں اشیاء کی قیمت زیادہ ہوتی ہے؟

حصہ دوم

2. بازارکاری میں Concepts Philosophies کی اہمیت کو بیان کیجیے؟
3. Serice Mix اور Marketing Mix میں کیا فرق ہے؟ تشریح کیجیے۔
4. کارپوریٹ منصوبہ بندی (Corporate Strategic Planning) ایک تاجر کے لیے کیوں ضروری ہے؟ اس کے مراحل Stages کو بیان کیجیے۔
5. اشیاء "Product Classifications" سے کیا مراد ہے؟ مثال کے ساتھ بیان کریے۔
6. فروخت Sales Promotion Tool اور Trade Promotional Tool کو مختصراً بیان کیجیے۔
7. قیمت سازی میں منصوبہ بندی "Pricing Strategies" کس طرح سے کی جاتی ہے؟ وضاحت کیجیے۔
8. صارفین اور صنعتی صارفین کے رویہ (Consumer Buyer Behaviour اور Industrial) کو تشریح کیجیے۔
9. چینل انتظامیہ کے فیصلے (Channel Management Decisions) پر اثر انداز عوامل (Factors) کو بیان کیجیے۔

حصہ سوم

10. صارفین کے قطعہ (Consumer Market Segmentation) کس طرح سے کی جاتی ہے؟ تفصیل سے بیان کیجیے۔
11. صارفین کے فیصلہ سازی پراسس (Consumer Decisions Marketing Process) کو تفصیل سے بیان کریے۔
12. آئی۔ ایم۔ سی (IMC) سے کیا مراد ہے؟ اسکی ٹولس پر تفصیل دیجیے۔
13. آن لائن بازارکاری کے Opportunities and Challenges پر تفصیل دیجیے۔
14. ذاتی فروخت (Personal Selling) کے مراحل (Stages) کو استعمال کرتے ہوئے "Pandemic" کے مشکلات پر روشنی ڈالیے۔

