

Maulana Azad National Urdu University
MBA I Semester Examination, March 2023
Paper: MMBA125CCT 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

- (i) بازارکاری اور فروخت (Marketing and Selling) میں تفریق بیان کیجیے۔
- (ii) صارفین (Consumer) اور عوام (Public) میں تفریق بیان کیجیے۔
- (iii) ای۔ مارکیٹنگ (E-Marketing) کسے کہتے ہیں؟ ایک مثال دیجیے۔
- (iv) انفارمیشن سرچ (Information Search) سے کیا مراد ہے؟
- (v) اگر ہم اشیاء (Product) کی قیمت (Price) بہت زیادہ رکھتے ہیں تو اسے کیا کہتے ہیں؟
- (vi) کنٹرول کی تکنیک کو کہتے ہیں۔
- (vii) اشیاء اگر مشین کے ذریعہ آپ حاصل کرے تو اسے کہتے ہیں۔
- (viii) فروخت کی فروغ (Sales Promotion) کا ایک ٹول (Tool) ہے۔
- (ix) Ps کا دوسرا نام ہے۔
- (x) خریدار اور استعمال کرنے والے (User, Buyer) میں کیا فرق ہے؟

حصہ دوم

2. بازارکاری (Marketing) کے ارتقا (Evolution) اور تصورات (Concepts) کے پہلو پر تفصیل سے بیان کیجیے۔
3. سواٹ انالیسس (SWOT Analysis) کو میٹرکس (Matrix) کے ذریعہ سمجھائیے

- 4 کمپنی کے لیے چینل انتظامیہ فیصلہ سازی (Channel Management Decisions) کو اہمیت اور طریقوں کو تفصیل سے بیان کریں۔
- 5 برانڈنگ فیصلے (Branding Decisions) کیا ہے؟ کوئی ایک مثال سے بیان کریں۔
- 6 نئی پیداوار کی ترقی (New Product Development) کے مختلف مدارج (Steps) کو بیان کریں۔
- 7 قیمت فیصلے سازی (Pricing Decisions) کیا ہے؟ اس کے مختلف طریقوں (Methods) کو بیان کریں۔
- 8 کنٹرول (Control) کیا ہے اور کیوں ضروری ہے؟ اس کے Methods کو بیان کریں۔
9. تنسیہر کے فیصلہ سازی میں "5 M's Decision Model" کیا اہمیت اور تفصیل دیکھیے۔

حصہ سوم

10. کمپنی کے ماحول (Environment) پر اثر انداز ہونے والے جزوی و کلی (Micro & Macro) ماحولی عوامل (Environmental Factors) کو تفصیل سے بیان کریں۔
11. پوزیشننگ حکمت عملی (Positioning Strategy) کیا ہے اور اپنا مقام بنانے کے لیے کمپنی کس طرح کی تکنیک کا استعمال کر سکتی ہے؟
12. علاحدگی نشا نہ سازی (Consumer Market Segmentation) صارفین کو کس طرح سے علاحدہ کرنے میں مدد کرتا ہے؟ مختلف نمونے (Types) کو بیان کریں۔
13. صارفین کے برتاؤ (Consumer Behaviour) سے کیا مراد ہے اور اس کے مختلف (Stages) کو بیان کریں۔
14. بی سی جی/جی ای ماڈل (BCG/GE Model) کی اہمیت کیوں ہے اور اسے کس طرح سے عمل میں لایا جاتا ہے؟

