

Maulana Azad National Urdu University

Master of Business Administration

VI -Semester - July - 2023

Paper - : MMCM202CCT - Marketing Management

Time : وقت : 3 Hrs گھنٹے

Maximum. Marks 70 : جملہ نشانات

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 (8) سوالات ہیں۔ اس میں سے طالب علم کو کوئی (5) 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 (5) سوالات ہیں۔ اس میں سے طالب علم کو کوئی (3) 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. مارکیٹنگ میں مخصوص توجہ کس پر مرکوز ہوتی ہے۔
(a) سیلس (Sales) (b) Profit (c) صارفین (Customer) (d) اشیاء
- ii. 4P's کو اور کس نام سے جانا جاتا ہے؟
- iii. Price کسی بھی اشیاء کے Value کو بتلاتا ہے۔
(True / False)
- iv. صارفین (Customer) کے رویہ کا معاملہ ایک مشکل کام ہے۔
(True / False)
- v. مارکیٹنگ مایرپیا (Marketing Myopia) کے موجود کون ہیں؟
- vi. Direct Channel کو Zero Level Channel بھی کہا جاتا ہے۔
(True / False)
- vii. خدمات کس (Service Mix) میں کتنے P ہوتے ہیں۔
- viii. USP کا پھیلاؤ کریں۔
- ix. انٹرنیٹ کے ذریعہ خرید و فروخت کو کس نام سے جانا جاتا ہے؟
- x. Middle Men سے کیا مراد ہے؟

حصہ دوم

- .2 مارکیٹنگ سے کیا سمجھتے ہیں؟ اس کی اہمیت کو بتلائیں۔
- .3 پروڈکٹ لائف سائیکل (PLC) کے مختلف مرحلوں کو خاکہ کے ذریعہ سمجھائیں۔
- .4 چینل آف ڈسٹریبیوشن (Channel of Distribution) سے کیا مراد ہے؟ مختلف اقسام کے چینل کا تذکرہ کریں؟
- .5 Product Line اور Product Mix کو موضوعوں مثال سے سمجھائیں۔
- .6 Pricing سے کیا سمجھتے ہیں، مختلف Pricing Methods کو بتلائیں۔
- .7 Door to Door مارکیٹنگ کے کیا فوائد ہیں؟ سمجھائیں۔
- .8 انٹرنیشنل مارکیٹنگ سے کیا سمجھتے ہیں اس کی اہمیت کو بتلائیں۔
- .9 مارکیٹنگ کی شروعات (Production) سے بھی پہلے ہو جاتی ہے اس قول کی وضاحت کریں۔

حصہ سوم

- .10 مارکیٹنگ کے ارتقاء (Evolution) کو تفصیل سے بتائیے۔
- .11 صارفین کے رویہ (Consumer Behaviour Buying) کے مختلف مرحلوں کو خاکہ بنا کر سمجھائیں۔
- .12 Marketing Environment کے کہتے ہیں؟ Micro اور Macro ماحول کو تفصیل سے بتلائیں۔
- .13 Marketing Segmentation کی تعریف کرتے ہوئے اس کے مختلف Bases کا تفصیلی جائزہ لیں۔
- .14 Promotional Mix کے تمام عناصر (Elements) کو مع مثال سمجھائیں۔

☆☆☆