

**Maulana Azad National Urdu University**  
**MBA I Semester Examination December - 2017**  
**Paper: (MMBA105CCT) Marketing Management**

پرچہ : بازارکاری کا انتظامہ

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 پر کیجیے۔

- (i) آن لائن بازارکاری کے لیے..... کی سہولت ہونا ضروری ہے۔
- (ii) Marketing Mix میں..... ہوتے ہیں۔
- (iii) برانڈ Brand کی مثال..... ہے۔
- (iv) مقامی بازار (Local Market) کی مثال..... ہے۔
- (v) اجارہ داری (Monopoly) کی کاروبار کی مثال..... ہے۔  
بتائیے کہ ذیل کے بیانات صحیح ہیں یا غلط۔
- (vi) صارف اور گاہک (Consumer & Customer) ایک ہی نقطہ کے دو پہلو ہیں۔ ( )
- (vii) Psycographics کو Life Style بھی کہتے ہیں۔ ( )
- (viii) عمر، تعلیم، Demographic Segmentation کے افعال ہیں۔ ( )
- (ix) بازارکاری (Marketing) اور فروخت کاری (Selling) کے درمیان کوئی فرق نہیں ہے۔ ( )
- (x) ایجنٹ اور بروکر (Agent and Broker) کے درمیان کوئی فرق نہیں ہے۔ ( )

**حصہ دوم**

2. بازارکاری کا انتظامیہ (Marketing Mangement) کی تعریف کرتے ہوئے اس کے مراحل (Process) کو بیان کیجیے۔
3. Market Segmentation کو بیان کرتے ہوئے اس کے بنیادوں (Bases) کی وضاحت کیجیے۔
4. تشہیر (Advertising) کی تعریف کرتے ہوئے بتائیے کہ یہ Sales Promotion سے کس طرح مختلف ہے۔

- 5 نئی پیداوار کو ترقی کے مراحل (New Product Development Stages) کی وضاحت کیجیے۔
- 6 شخصی فروخت (Personal Selling) کی تعریف کرتے ہوئے اس کے مراحل (Steps) کو بیان کیجیے۔
- 7 قیمت اندازی (Pricing) سے کیا مراد ہے؟ اس کے مقاصد اور طریقہ کار کی وضاحت کیجیے۔
- 8 پیداواری دور (Product Cycle) کی تعریف کرتے ہوئے اس کے مراحل (Stages) کی وضاحت کیجیے۔
- 9 بازار کاری پر (Marketing Control) کے اقسام (Types) کی وضاحت کیجیے۔

## حصہ سوم

- 10 تشہیر (Advertising) کے 5M's ماڈل پر تفصیلی روشنی ڈالیے۔
- 11 آن لائن بازار کاری (Online Marketing) کو درپیش اہم چیلنجز (Challenges) کی وضاحت کیجیے۔
- 12 صارف کا برتاؤ (Consumer Behaviour) کی تعریف کرتے ہوئے اس پر اثر انداز عوامل کو بیان کیجیے۔
- 13 پیداوار (Product) پر فیصلہ سازی (Decision) کی اہمیت کو بیان کیجیے۔
- 14 بازار کی تقسیم (Market Segmentation) اور Target and Positioning پر تفصیلی روشنی ڈالیے۔

