

Maulana Azad National Urdu University
Master of Commerce 1st Year
II Semester Examination - May - 2019
Paper - MMCM202CCT : 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

خالی جگہوں کو پُر کیجئے۔

- (i) مارکیٹنگ کے ارتقاء کا قدیم تصور ہے۔
- (ii) اشیائے صارفین کی مثالیں ہیں۔
- (iii) حیاتی مصنوعات کا دور کا تیسرا مرحلہ ہے۔
- (iv) قیمت کاری کا طریقہ ہے۔
- (v) اشتہارات کا تعلق مارکیٹنگ P سے ہے۔

II صحیح یا غلط بتلائیے۔

- (vi) تھوک تاجر صارفین کو چلر مقدار میں فروخت کرتا ہے۔ ()
- (vii) خدمات کی بازارکاری کے لیے زائد چار P ہوتے ہیں۔ ()
- (viii) تشہیر صارفین پر اثر انداز ہوتی ہے۔ ()
- (ix) صارفین کے برتاؤ پر نفسیاتی عوامل اثر انداز ہوتے ہیں۔ ()
- (x) کاروبار میں سماجی ذمہ داری ایک اہم عامل ہے۔ ()

حصہ دوم

2. مارکیٹنگ کے ارتقاء (Evolution) کو بیان کیجیے۔
3. جزوی ماحول Micro Environment کو تفصیل سے بیان کیجیے۔
4. Promotion Mix سے کیا مراد ہے؟ وضاحت کیجیے۔
5. صارفین کے برتاؤ (Consumer Behaviour) سے کیا مراد ہے؟ وضاحت کیجیے۔
6. بازار (Market) کے تصور (Concept) کی وضاحت کیجیے۔
7. Controlable اور Uncontrolable عوامل کو بیان کیجیے۔
8. پیداوار کا دور حیات (Product Life Cycle) سے کیا مراد ہے؟
9. بین الاقوامی مارکیٹنگ (International Marketing) میں On-line کے کردار کو بیان کیجیے۔

حصہ سوم

10. بازار کاری کا ماحول (Marketing Environment) کی ساخت (Structure) کو تفصیل سے بیان کیجیے۔
11. پیداوار کی درجہ بندی (Classification of Product) کو تفصیل سے بیان کیجیے۔
12. ہندوستان میں دیہی بازار کاری (Rural Marketing in India) کی اہمیت و افادیت پر بحث کرتے ہوئے بتائیے کہ یہ روزگار کے ذرائع کو کس طرح پیدا کرتا ہے؟
13. Cyber Marketing Ethics اور سماجی ذمہ داریوں کو تفصیل سے بیان کیجیے۔
14. بازار کاری کے چینل (Marketing Channel) کی خصوصیت اور ضرورت پر بحث کیجیے۔

