

- اس باب کے اختتام تک آپ اس قابل ہو جائیں گے کہ:
- ڈیجیٹل انٹرپرائز میں قانونی تحویل اور اخلاقی طریقوں کی اہمیت کی وضاحت کر سکیں۔
- ڈیٹا کی رازداری کے بنیادی قوانین کی شناخت اور وضاحت کر سکیں۔
- تضاد مفادات (Conflicts of Interest) کو حل کرنے اور کاروباری سرگرمیوں میں انصاف کو یقینی بنانے کے لیے اخلاقی فیصلہ سازی کا اطلاق کر سکیں۔
- ذمہ دارانہ مارکیٹنگ کے طریقوں کو پہچانیں، ٹرو فل اور ٹارگیٹڈ مارکیٹنگ کے لیے صارف کی رضا مندی حاصل کرنے کی ضرورت کی وضاحت کر سکیں۔
- کاروباری چیلنجز سے نمٹنے کے لیے سٹریٹجی کا SWOT تجزیہ جیسے مسئلہ حل کرنے کے منظم طریقوں کا استعمال کر سکیں۔
- ڈیٹا پر مبنی مارکیٹنگ کے تصور کو سمجھیں، بشمول قابل پیمائش اہداف کا تعین کرنا، کلیدی کارکردگی کے نقاط (KPIs) کی تعریف کرنا، تجزیاتی ٹولز کا استعمال اور سرمایہ کاری پر حتمی (ROI) کی پیمائش کر سکیں۔
- کسٹمر ریلیشن شپ مینجمنٹ (CRM) سسٹم کے کردار کی وضاحت کر سکیں، جو ذاتی مواصلات اور لائسنسی پروگرامز کے ذریعے طویل مدتی کسٹمر وفاداری پیدا کرنے میں مدد دیتے ہیں۔
- وضاحت کر سکیں کہ مارکیٹنگ انومیشن فوڈز کس طرح کارکردگی کو بہتر بنا سکتے ہیں، آپریشنل اخراجات کو کم کر سکتے ہیں، اور کسٹمرنگ رسائی کو بڑھا سکتے ہیں۔

انسانی طرز سوالات

تعمیراتی نئی امتحانی تکنیکس (Knowledge, Understanding, Application, Analysis & Synthesis) کی روشنی میں مرتب کیے گئے انسانی طرز سوالات

تعارف

سوال: آپ انٹرپرائز کے بارے میں کیا جانتے ہیں؟

جواب: یہ باب ان قانونی، اخلاقی اور عملی مسائل کی سمجھ فراہم کرتا ہے جو ایک کامیاب ڈیجیٹل کاروبار چلانے کے لیے اہم ہیں۔ یہ وضاحت کرتا ہے کہ کس طرح کاروباری افراد مختلف قوانین کی تعمیل کر سکتے ہیں، جیسے پاکستان کا ڈیٹا پروٹیکشن بل، جنرل ڈیٹا پروٹیکشن ریگولیشن (GDPR)، اور بچوں کے آن لائن پرائیویسی پروٹیکشن ایکٹ (COPPA)۔ یہ طریقہ اخلاقی فیصلہ سازی کے اصولوں، مفادات کے تضاد کے انتظام، اور منافع بخش کسٹمری بہبود کے ساتھ متوازن رکھنے کی وضاحت کرتا ہے۔

یہ باب ڈیجیٹل اخلاقیات کے کردار کا بھی جائزہ لیتا ہے تاکہ کاروباروں اور گاہکوں دونوں کے لیے محفوظ اور باوقار آن لائن ماحول کو فروغ دیا جاسکے۔ حکمت عملی مارکیٹنگ کے تصورات، بشمول ڈیٹا سے چلنے والا فیصلہ سازی، کسٹمر ریلیشن شپ مینجمنٹ (CRM)، مسابقتی تجزیہ، اور مارکیٹنگ

آنومیشن، عملی مشاغل کے ساتھ مزید بحث لایا گیا ہے۔ اس باب کے اختتام تک، آپ کے پاس ڈیجیٹل دور میں باخبر، ذمہ دار، اور حکمت عملی کاروباری فیصلے کرنے کا علم اور مہارتیں موجود ہوں گی۔

8.1 بنیادی سے اعلیٰ انٹرپرائز پر نیورشب تک

8.1

سوال 1: انٹرپرائز پر نیورشب کی تعریف کریں اور اس کے بنیادی تصورات لکھیں؟

جواب: انٹرپرائز پر نیورشب ایک کاروبار کو ڈیزائن کرنے، شروع کرنے اور چلانے کا عمل ہے تاکہ قدر پیدا کی جاسکے۔
معاشی ترقی: انٹرپرائز پر نیورشب بتاتی ہے کہ یہ کس طرح معاشی ترقی کو فروغ دیتی ہے، روزگار کے مواقع پیدا کرتی ہے۔
جدتیں: انٹرپرائز پر نیورشب ایسی جدتیں بھی متعارف کراتی ہے جو روزمرہ کی زندگی کو بہتر بناتی ہیں۔

ڈیجیٹل ٹولز: انٹرپرائز پر نیورشب بنیادی ڈیجیٹل ٹولز بھی متعارف کراتی ہے، جیسے سوشل میڈیا پلیٹ فارمز، ای کامرس ویب سائٹس، اور مارکیٹ ریسرچ اینلیکسیسز، جو کاروباری افراد کو گاہکوں سے رابطہ قائم کرنے اور اپنے کاموں کو مؤثر طریقے سے چلانے کے قابل بناتے ہیں۔

سوال 2: اعلیٰ درجے کے انٹرپرائز پر نیورشب تصورات کی تعریف کریں؟

جواب: ہم اس بنیاد پر مسابقتی ڈیجیٹل کاروباری ماحول میں درکار اعلیٰ مہارتوں کو دریافت کرنے کے لیے استوار کرتے ہیں۔ ان میں شامل ہیں:
قانونی تعمیل: قانونی تعمیل، تاکہ یقینی بنایا جاسکے کہ کاروبار قانون کے اندر کام کرتا ہے؟ ریگولیٹری آگاہی، بدلتے ہوئے قوانین اور صنعت کی ضروریات کے ساتھ رفتار پر عمل کر کے رہے۔

اخلاقی فریم ورک: اخلاقی فریم ورک، مسابقتی مسئلہ حل کرنا، چیلنجز سے مؤثر طریقے سے نمٹنے کے لیے۔

حکمت عملی پر مبنی مارکیٹنگ: حکمت عملی پر مبنی مارکیٹنگ، تاکہ کاروبار کی موجودگی اور اپنے گاہکوں کے ساتھ تعلقات کو مضبوط کیا جاسکے۔

یہ مہارتیں اہم ہیں کیونکہ آج کے کاروباری افراد سے توقع کی جاتی ہے کہ وہ اپنی جانچ و نظر کے علاوہ، گاہکوں کے حقوق کا احترام کریں، دنیا کی رازداری کی حفاظت کریں، اور اپنی کمیونٹی کا اعتماد برقرار رکھیں۔

8.2 مسئلہ حل کرنا اور لچک پذیری

8.2

سوال 3: آج کی انٹرپرائز پر نیورشب کو کن چیلنجز کا سامنا ہے؟ وضاحت کریں۔

جواب: کاروباری دنیا میں، چیلنجز کسی بھی وقت ظاہر ہو سکتے ہیں۔ ان میں گاہکوں کا کھوجانا، نئے حریفوں کا سامنا کرنا، یا ٹیکنالوجی میں تبدیلیاں شامل ہو سکتی ہیں۔ کامیاب کاروباری افراد مشکلات کا سامنا ہار نہیں مانتے۔ اس کے بجائے، وہ مسئلہ کو سمجھنے، اس کی اصل وجہ تلاش کرنے، اور اسے حل کرنے کے لیے مؤثر اقدامات کرنے کا ایک واضح طریقہ استعمال کرتے ہیں۔ وہ لچکدار بھی رہتے ہیں اور جب حالات کا تقاضا ہوتا ہے تو تبدیل ہونے کے لیے تیار رہتے ہیں۔

سوال 4: مسئلہ کا منظم حل کرنا کیا ہے؟ بنیادی وجہ کا تجزیہ اور SWOT تجزیہ کی وضاحت کریں؟

جواب: ساختی مسئلہ حل کرنے کا مطلب ہے کسی مسئلے کی نشاندہی کرنے، یہ سمجھنے کہ یہ کیوں ہو رہا ہے، اور بہترین حل تلاش کرنے کے لیے مرحلہ وار طریقہ استعمال کرنا۔ یہ قیاس آرائی سے بچاتا ہے اور اسی مسئلے کو دوبارہ ہونے سے روکنے میں مدد کرتا ہے۔
بنیادی وجہ کا تجزیہ: ہر مسئلے کے پیچھے ایک بنیادی وجہ ہوتی ہے، جسے روٹ کا کہتے ہیں۔ اگر ہم صرف سطحی مسئلہ ٹھیک کریں تو یہ واپس آ سکتا ہے۔ روٹ کا تجزیہ بنیادی وجہ تلاش کرنے اور اسے حل کرنے میں مدد کرتا ہے، تاکہ حل دیر پا ہو۔

مثال: اگر کسی آن لائن دکان کو بہت سی شکایات موصول ہوں تو مالک کو تحقیق کرنی چاہیے کہ آیا وجہ تاخیر سے ڈیلیوری، غیر واضح مصنوعات کی تفصیل، یا ناقص پیکیجنگ ہے۔ ایک بار بنیادی وجہ حل جانے کے بعد، اسے درست کیا جاسکتا ہے۔

SWOT تجزیہ: SWOT تجزیہ کاروبار کی موجودہ صورتحال سمجھنے اور مستقبل کے لیے دانشمندی سے منصوبہ بندی کرنے میں مدد کرتا ہے۔

SWOT ایک آسان ٹول ہے جس کا مطلب ہے:

- طاقت (Strengths) وہ چیزیں جو کاروبار اچھی طرح کرتا ہے (مثلاً، اعلیٰ معیار کی مصنوعات)۔
- کمزوریاں (Weaknesses) وہ شعبے جن میں بہتری کی ضرورت ہے (مثلاً، کم کسٹمر سروس)۔
- مواقع (Opportunities) بڑھنے یا بہتر ہونے کے مواقع (مثلاً، نئی مصنوعات کی اعلیٰ مانگ)۔
- خطرات (Threats) بیرونی عوامل جو کاروبار کو نقصان پہنچا سکتے ہیں (مثلاً، نئے حریف)۔

سمارٹ نہیں!

ہر چیز ایک پوشیدہ سیدھی ہوتی ہے۔ جو کاروبار تجسس رہتے ہیں، اکثر 'کیوں' پوچھتے ہیں، اور تیزی سے عمل کرتے ہیں، وہ مسائل کو ترقی کے مواقع میں بدل دیتے ہیں۔

سوال 5: ایڈاپٹیبلٹی (Adaptability) اور رزیلیئنس (Resilience) کی تعریف کریں؟ وضاحت کریں کہ جب مارکیٹ یا ٹیکنالوجی بدلے تو کیسے رد عمل دیا جائے؟

جواب: موافقت (Adaptability) موافقت کا مطلب ہے ضرورت پڑنے پر تبدیل ہونے کے لیے تیار اور قابل ہونا۔
لچک (Resilience) لچک کا مطلب ہے کہ ایک کاروبار کسی ناکامی کے بعد جلدی صحت یاب ہو سکتا ہے۔
یہ دونوں مہارتیں ایک کاروبار کو مشکل حالات میں بھی زندہ رہنے اور ترقی کرنے میں مدد دیتی ہیں۔
مارکیٹ یا ٹیکنالوجی میں تبدیلی کا رد عمل دینا:

کاروباری ماحول تیزی سے بدلتا ہے۔ گاہکوں کی نئی ضروریات، حریف، یا ٹیکنالوجیز کسی بھی وقت اٹھ اڑ سکتی ہیں۔ ایک کاروبار جو ان تبدیلیوں کے مطابق ڈھل جاتا ہے اس کی کامیابی کا موقع بہتر ہوتا ہے۔
مثال: ایک دکان جو گھر پر ڈیلیوری شروع کر دیتی ہے جب گاہک آن لائن شاپنگ کو ترجیح دیتے ہیں۔
ناکامیوں سے لکھنا (Setbacks Recovery): غلطیاں، ناکامیاں، یا نقصانات کسی بھی کاروبار میں ہو سکتے ہیں۔ ایک لچکدار کاروبار ناکامی کو قبول کرتا ہے، اس سے سیکھتا ہے، اور بہتری کے لیے محنت کرتا ہے۔
مثال: اگر ایک بیکری کو ذائقے کے بارے میں شکایات موصول ہوں تو وہ اپنی ترکیب بہتر کر سکتی ہے، نیا ورژن آزما سکتی ہے، اور گاہکوں کو دوبارہ کرنے کی دعوت دے سکتی ہے۔

کیا آپ جانتے ہیں؟

دنیا کی کچھ سب سے بڑی کمپنیاں، جیسے Netflix اور YouTube، آج جس شکل میں ہیں ویسی شروع نہیں ہوئی تھیں۔ Netflix نے پہلے ڈی وی ڈی کی سہولت پر مبنی تھیں، اور YouTube ویڈیو ہسٹنگ کے لیے بنایا گیا تھا۔ انہوں نے اپنے خیالات بدلے اور پوری دنیا میں مشہور ہو گئے۔

اخلاقی کاروباری طریقے اور ڈیجیٹل اتھنکس

8.3

سوال 6: اخلاقی کاروبار (Ethical Business) کیا ہے؟ نیز ڈیجیٹل اتھنکس کی وضاحت کریں؟ جب مفادات کا تصادم

(Conflict of Interest) ہو تو کیا ہوتا ہے؟

جواب: کاروبار میں اتھنکس کا مطلب ہے اخلاقی اصولوں کی پیروی کرنا اور وہ کرنا جو صحیح، منصفانہ، اور دیا نندار ہو۔

اہمیت: ڈیجیٹل روبروں کا کاروباروں کو یقینی بنانا چاہیے کہ ان کے فیصلے، مارکیٹنگ، اور آن لائن سرگرمیاں قانون اور گاہک کے حقوق دونوں کا احترام کریں۔ اخلاقی طریقے اعتماد پیدا کرتے ہیں اور کاروبار کو ذمہ دارانہ طریقے سے بڑھنے میں مدد دیتے ہیں۔

اخلاقی فیصلہ سازی (Ethical Decision-Making): اخلاقی فیصلہ سازی کا مطلب ہے کاروبار میں ایسے انتخاب کرنا جو منصفانہ، دیانتدار، اور ذمہ دارانہ ہوں۔ یہ صحیح کام کرنے کے بارے میں ہے، چاہے دوسرا راستہ آسان یا زیادہ منافع بخش ہو۔

اخلاقی فیصلہ سازی کے فوائد:

- ایک کاروبار جو اخلاقی فیصلہ سازی کی پیروی کرتا ہے وہ گاہکوں، ملازمین، اور کمیونٹی سے عزت اور اعتماد حاصل کرتا ہے۔
 - اخلاقی فیصلہ سازی ہمیشہ آسان راستہ نہیں ہوتا، لیکن یہ وہ راستہ ہے جو کاروبار کو دیانتداری کے ساتھ بڑھنے میں مدد دیتا ہے۔
 - وفادار گاہک رکھتا ہے، اور معاشرے میں ایک مثبت ایجنڈا برقرار رکھتا ہے۔
- مقادات کا تصادم (Conflicts of Interest): مقادات کا تصادم اس وقت ہوتا ہے جب کسی شخص کا ذاتی فائدہ یا تعلق اس کے کاروباری فیصلوں کو متاثر کر سکتا ہے۔ یہ غیر منصفانہ سلوک یا تعصب کا باعث بن سکتا ہے۔

مثال: اگر ایک دکان کا مالک بغیر دوسرے ہنرمند لوگوں کو درخواست دینے کا موقع دیے اپنے کزن کو نوکری پر رکھ لے، تو یہ غیر منصفانہ ہے۔ منصفانہ اور اخلاقی طریقہ یہ ہے کہ سب کو درخواست دینے دیا جائے، ان کی مہارتوں کو جانچا جائے، اور پھر اس شخص کو رکھا جائے جو نوکری کے لیے

سوال 7: منافع اور ڈیجیٹل اخلاقیات میں توازن کے تصور کی وضاحت کریں۔ ذمہ دار مارکیٹنگ بیان کریں؟

جواب: ایک کاروبار کو چلتے رہنے کے لیے منافع کی ضرورت ہوتی ہے، لیکن منافع گاہکوں کو نقصان پہنچانے یا ان کی حفاظت کو خطرے میں ڈالنے سے نہیں آنا چاہیے۔ ایک اخلاقی کاروبار منصفانہ قیمت وصول کرتا ہے، محفوظ اور اچھے معیار کی مصنوعات استعمال کرتا ہے، اور دیانتدار معلومات فراہم کرتا ہے۔

مثال: اگر کوئی کاروبار کم معیار کے اجزاء استعمال کرتے ہوئے کھانا زیادہ قیمت پر فروخت کرتا ہے، تو وہ ایک زیادہ پیسے کما سکتا ہے۔ تاہم، گاہک اعتماد کھودتے ہیں، اور کاروبار مستقبل میں نقصان اٹھاتا ہے۔

ڈیجیٹل اخلاقیات (Digital Ethics): ڈیجیٹل اخلاقیات کا مطلب ہے انٹرنیٹ اور ڈیجیٹل ٹولز کو ذمہ داری اور احترام کے ساتھ استعمال کرنا۔ کاروبار گاہک کی معلومات کو محفوظ رکھتے ہیں، درست تفصیلات فراہم کرتے ہیں، اور آن لائن شائستگی سے بات چیت کرتے ہیں۔ گاہک بھی قوانین کی پیروی کرتے ہیں، دوسروں کے ساتھ احترام سے پیش آتے ہیں، اور نقصان دہ حرکات سے بچتے ہیں۔ کاروبار واضح اصول طے کر کے اور ہر سانی یا بد معاشی کے خلاف فوری کارروائی کر کے محفوظ آن لائن جگہیں برقرار رکھتے ہیں۔

ذمہ دار مارکیٹنگ (Responsible Marketing): ذمہ دار مارکیٹنگ کا مطلب ہے مصنوعات اور خدمات کو دیانتدار اور منصفانہ طریقے سے فروغ دینا، گاہکوں کو درست اور مکمل معلومات فراہم کرنا، اور جھوٹے وعدوں سے بچنا۔ یہ طریقہ گاہکوں کو باخبر فیصلے کرنے میں مدد کرتا ہے اور کاروبار میں اعتماد پیدا کرتا ہے۔

- ہر کاروباری اشتہار میں سچی اور واضح معلومات پیش کی جانی چاہیے، بغیر مبالغہ آرائی یا پوشیدہ شرائط کے جو گاہکوں کو گمراہ کر سکیں۔
- جب کوئی کاروبار ہدف شدہ اشتہارات دکھانے کے لیے صارفین کا ذاتی ڈیٹا اکٹھا کرتا ہے، تو کاروباروں کو گاہکوں سے واضح اجازت حاصل کرنی چاہیے اور وضاحت کرنی چاہیے کہ معلومات کن طرح استعمال کی جائیں گی۔

سوال 8: ڈیٹا کی رازداری کے قوانین کی تعریف کریں؟ پرنسپل ڈیٹا پروٹیکشن بل کے کلیدی نکات کی وضاحت کریں؟

جواب: ڈیٹا پرائیویسی قوانین وہ اصول ہیں جو کاروباروں کے ذریعے جمع کی گئی ذاتی معلومات، جیسے نام، پتے، فون نمبر، یا ایڈریس کی تفصیلات کی حفاظت کرتے ہیں۔

پرسنل ڈیٹا پروفیکشن بل (Personal Data Protection Bill)

پاکستان میں، پرسنل ڈیٹا پروفیکشن بل کہتا ہے کہ کاروباروں کو:

• صرف وہی معلومات جمع کرنی چاہئیں جن کی انہیں ضرورت ہو۔

• معلومات کو صرف اسی مقصد کے لیے استعمال کریں جس کے بارے میں انہوں نے گاہک کو بتایا ہو۔

• معلومات کو محفوظ رکھیں اور بغیر اجازت اسے شیئر نہ کریں۔

دوسرے ممالک میں پرائیویسی قوانین:

کچھ دوسرے ممالک میں بھی مضبوط پرائیویسی قوانین ہیں، جیسے:

• جنرل ڈیٹا پروفیکشن ریگولیشن (GDPR) یورپی ممالک کے لوگوں کے ذاتی ڈیٹا کی حفاظت کے لیے۔

• چلڈرنز آن لائن پرائیویسی پروٹیکشن ایکٹ (COPPA) 13 سال سے کم عمر بچوں کے ذاتی ڈیٹا کی حفاظت کے لیے۔

یہ قوانین پاکستانی کاروباروں کے لیے اہم ہیں اگر ان کے دوسرے ممالک سے گاہک ہوں کیونکہ انہیں ان ممالک کے قوانین کی بھی پیروی کرنی ہوتی ہے۔

سوال 9: ضابطوں سے آگاہی (Regulatory Awareness) کیا ہے؟ مثال کے ساتھ وضاحت کریں۔

جواب: ضابطوں سے آگاہی کا مطلب ہے یہ جاننا کہ آپ کے کاروبار کون سے قوانین اور اصول لاگو ہوتے ہیں اور یہ یقینی بنانا کہ آپ ان پر عمل کرتے ہیں۔

اس میں شامل ہے:

• ایڈیٹ رہنا: باقاعدگی سے چیک کرنا کہ کیا کوئی قانون بدلا ہے جو آپ کے کاروبار کو متاثر کر سکتا ہے۔

• فیمل آڈٹ (Compliance Audits):

ایک ایسا عمل جہاں کاروبار کو چیک کیا جاتا ہے کہ آیا وہ تمام ضروری قوانین اور اصولوں پر عمل پیرا ہے۔

مثال:

اگر ایک اسکول ایک آن لائن پورٹل لانچ کرنا چاہتا ہے جہاں طالب علم اپنا ہوم ورک، گریڈز، اور حاضری چیک کر سکیں۔ پورٹل استعمال کرنے کے لیے، طالب علموں کو اپنا نام، رول نمبر، اور رابطہ کی تفصیلات درج کرنی ہوں گی۔

اسکول ڈیٹا پرائیویسی کے اصولوں پر عمل کرتا ہے:

• صرف پورٹل کے لیے ضروری معلومات جمع کر کے۔

• معلومات کو صرف اسکول کے مقاصد کے لیے استعمال کر کے، جیسے ہوم ورک اپڈیٹس یا امتحان کے شیڈول بھیجنا۔

• معلومات کو پاس ورڈز کے ساتھ محفوظ رکھنے اور اس تک رسائی حاصل نہ کر سکے۔

کیا آپ جانتے ہیں؟

2019 میں، Google اور YouTube پر USA میں \$170 ملین کا جرمانہ عائد کیا گیا تھا۔ COPPA (چلڈرنز آن لائن

پرائیویسی پروٹیکشن ایکٹ) کے اصول توڑے تھے، بغیر والدین کی اجازت کے بچوں سے ذاتی ڈیٹا جمع کر کے۔ یہ ظاہر کرتا ہے کہ دنیا بھر میں ڈیٹا

پرائیویسی قوانین کو کتنی سنجیدگی سے نافذ کیا جاتا ہے۔

سوال 10: لیگل فریم ورک اور کمپلائنس (Legal Framework and Compliance) کیا ہے؟ پاکستان میں اپنا کاروبار رجسٹر کرنے کے عمل کی وضاحت کریں؟

جواب: لیگل فریم ورک اور کمپلائنس سے مراد وہ قوانین اور اصول ہیں جن پر ایک کاروبار کو قانونی طور پر کام کرنے کے لیے عمل کرنا ہوتا ہے۔ اس میں کاروبار کا رجسٹریشن، ٹیکس ادا کرنا، کسٹمز ڈیٹا کی حفاظت کرنا، اور صنعت کی ضروریات کو پورا کرنا شامل ہے۔ کچھ اصول ہیں جو قانونی مسائل سے بچاتے ہیں اور کسی بھی کاروبار کے لیے مارکیٹ میں اعتماد پیدا کرتے ہیں۔

پاکستان میں کاروبار کا رجسٹریشن: پاکستان میں کاروبار شروع کرنا صرف ایک اچھا خیال رکھنے کے بارے میں نہیں ہے۔ اسے حکومت کے ساتھ رجسٹر کر کے قانونی بنانا بھی ضروری ہے۔ رجسٹریشن کاروبار کو سرکاری بناتا ہے، اسے قانونی مسائل کے بغیر کام کرنے دیتا ہے، اور گاہکوں، بینکوں، اور دیگر کاروباروں کا اعتماد حاصل کرنے میں مدد کرتا ہے۔

SECP کے ساتھ رجسٹریشن: سیکورٹیز اینڈ ایکسچینج کمیشن آف پاکستان (SECP) پاکستان میں کسی بھی نئے اشارت آپ کاروبار کو رجسٹر کرنے کا مرکزی اتھارٹی ہے۔ رجسٹریشن کے عمل میں درج ذیل اقدامات شامل ہیں:

کاروباری نام: ایک منفرد کاروباری نام منتخب کریں اور اسے SECP ویب سائٹ (<https://secp.gov.pk/>) کے ذریعے منظور کروائیں۔
دستاویزات: مطلوب دستاویزات تیار کریں، جیسے کمپنیوں کے لیے میمورنڈم اور آرٹیکلز آف ایسوسی ایشن یا پارٹنرشپ کے لیے پارٹنرشپ ڈیڈ۔
آن لائن درخواست دیں:

سرٹیفکیٹ آف انکارپوریشن حاصل کریں، جو ثابت کرتا ہے کہ کاروبار سرکاری طور پر رجسٹرڈ ہے۔

سوال 11: قومی ٹیکس نمبر حاصل کرنے، ٹیکس فائلنگ اور ریکارڈز رکھنے، اور صنعت سے متعلقہ ریگولیشن کے عمل کی وضاحت کریں؟
جواب: قومی ٹیکس نمبر (NTN) حاصل کرنا:

NTN پاکستان میں ٹیکس دہندگان کے لیے ایک شناختی نمبر ہے۔ یہ فیڈرل بورڈ آف ریونیو (FBR) کی طرف سے جاری کیا جاتا ہے۔
NTN حاصل کرنے کا عمل:

• FBR کے آئیرس آن لائن پورٹل کے ذریعے درخواست دیں۔

• SECP رجسٹریشن دستاویزات، پتے کا ثبوت، اور کاروباری سرگرمیوں کی تفصیلات فراہم کریں۔

• ایک بار منظور ہونے کے بعد، NTN کاروبار کو بینک اکاؤنٹ کھولنے، انوائس جاری کرنے، اور ٹیکس ذمہ داریوں کو پورا کرنے کی اجازت دیتا ہے۔

ٹیکس گوشوارے جمع کروانا اور ریکارڈز رکھنا:

رجسٹرڈ کاروباروں کو:

• سالانہ آئٹم ٹیکس ریٹرن اور مالیات کا خلاصہ فراہم کرنا ہوگا۔

• سیلز، خریداری، تنخواہوں، اور اخراجات کے درست ریکارڈز رکھنا ہوں گے۔

• دیر سے یا غلط فائلنگ سے بچنا ہوگا، کیونکہ یہ جرمانے یا قانونی کارروائی کا سبب بن سکتی ہیں۔

صنعت سے متعلقہ ریگولیشنز (Industry-Specific Regulations)

پاکستان میں کچھ کاروباروں کو عام رجسٹریشن اور ٹیکس ضروریات کے علاوہ خصوصی اصولوں پر عمل کرنا ہوتا ہے۔

سوال 12: کیا آپ اس کے تمام مراحل کی مثال کے ساتھ وضاحت کریں؟

جواب: ایک کاروبار میں سسٹمز اور مسٹر ڈائی گرامنگ کے جو مطالبات ہیں، اس کے لیے ایک آن لائن کتابوں کی دکان شروع کرنا چاہتے ہیں۔

1- SECP رجسٹریشن: انہوں نے اپنے کاروبار کے لیے ایک بائیس اور پندرہ دنہ نام بیسے ای بک ہب کا انتخاب کیا اور اسے SECP ویب سائٹ پر رجسٹر کیا۔

2- NTN نمٹن: SECP دستاویزات آن لائن جمع کراتے ہیں اور سرٹیفکیٹ آف انکالچریشن حاصل کرتے ہیں۔

3- ٹیکس رجسٹریشن: سسٹمز خرابیات کے مناسب ریکارڈ رکھتے ہیں اور اپنے سالانہ ٹیکس ریٹرن وقت پر فائل کرتے ہیں۔

4- صنعت کے قواعد: ایک ای کامرس کاروبار کے طور پر، وہ پاکستان کی ای کامرس پالیسی کے قواعد پر عمل کرنے کے لیے اپنی ویب سائٹ پر بروڈ کی شرائط و ضوابط لکھی ہیں، اور واپسی / ریفرنڈ کے قواعد شامل کرتے ہیں۔

نتیجہ: ان قواعد و ضوابط کے سسٹمز اور مسٹر ڈائی گرامنگ کی طرف سے منظور شدہ، اپنی آن لائن کتابوں کی دکان شروع کرتے ہیں، وہ ان کے کاروبار کے لیے زیادہ قابل اعتماد ہے۔

کیا آپ جانتے ہیں؟

جواب: جب کسی شخص کو کسی چیز کے متعلق کوئی چیز کی ضرورت ہے:

1- یہ شخص کسی چیز کی بنیادی تفصیلات، جیسے اس کا نام، مقصد، اور مقام۔

2- آرٹیکل آف ایسٹیمیشن: یہ شخص کوئی چیز کے قواعد۔

3- پارٹنر شپ: یہ شخص کوئی چیز کے درمیان ایک معاہدہ جو اس کاروبار شروع کرتے ہیں، جس میں ہر شخص کے حصے، کردار، اور ذمہ داریوں کی وضاحت ہوتی ہے۔

سوال 13: ڈیجیٹل معاہدوں (Contracts)، جواز کے بنیادی عناصر اور اس کی اہمیت کی وضاحت کریں؟

جواب: ایک معاہدہ یا معاہدہ یا معاہدہ کے درمیان ایک تحریری یا زبانی معاہدہ ہوتا ہے جو قانونی طور پر پابند ہوتا ہے۔ ڈیجیٹل کاروبار میں، معاہدے اہم ہیں کیونکہ ایک شخص کو کام کرنے کے لیے شرائط و ضوابط طے کرتے ہیں، چاہے وہ کاروباری شراکت داروں، سپلائرز، یا گاہکوں کے ساتھ ہو۔ وہ غلط فہمیاں کم کرتے ہیں اور اگر اختلاف ہو تو قانونی تحفظ فراہم کرتے ہیں۔

درست معاہدے کے بنیادی عناصر (Basic Elements of a Valid Contract)

کسی معاہدے کے درست ہونے کے لیے، اس میں یہ ہونا ضروری ہے:

• پیشکش: ایک فریق کوئی چیز کا وعدہ کرتا ہے، جیسے کوئی مصنوعہ بیچنا یا سروس فراہم کرنا۔

• قبولیت: دوسرا فریق پیشکش کے مطابق اتفاق کرتا ہے۔

• عوض: معاہدے میں حصہ لینے والے حصے، جیسے پیسے، سامان، یا خدمات۔

• قانونی مقصد: معاہدہ کسی قانونی مقصد کے لیے ہونا چاہیے۔

• رضامندی: دونوں فریق معاہدے پر متفق ہونا چاہتے ہیں، بغیر جبر یا دھوکے کے۔

ڈیجیٹل کاروبار میں اہمیت:

• ڈیجیٹل کاروبار میں معاہدے کی بنیاد پر روابط قائم کیے جاسکتے ہیں۔ وہ اس کے لیے استعمال ہوتے ہیں:

• شراکتیں: واضح کردار و ذمہ داریوں کی تقسیم طے کرنے کے لیے۔

- پہلا اصول: ڈیجیٹل دنیا کے اوقات، ادائیگی کی شرائط، اور معیار کے معیارات طے کرنے کے لیے۔
- آن لائن لین دین، سروس کی شرائط، واپسی کے قواعد اور گاہک کے حقوق بیان کرنے کے لیے۔ واضح معاہدے اعتماد پیدا کرتے ہیں اور کاروباری لین دین کو ہموار اور محفوظ بناتے ہیں۔

فکری ملکیت کے حقوق

8.5

سوال 14: فکری ملکیت کے حقوق (Intellectual Property Rights) کی وضاحت کریں؟ پاکستان میں تمام IPR کے رجسٹریشن کے لیے ذمہ دار تنظیموں کی وضاحت کریں؟

جواب: فکری ملکیت کے حقوق (IPRs) قانونی حقوق ہیں جو کسی شخص یا کاروبار کی تخلیقات کی حفاظت کرتے ہیں۔ ان تخلیقات میں ایجادات، کتابیں، گانے، فن پارے، برانڈ نام، یا لوگو شامل ہو سکتے ہیں۔ IPR یقینی بناتا ہے کہ کوئی بھی ان تخلیقات کو بغیر اجازت استعمال یا نقل نہ کر سکے۔ یہ تحفظ لوگوں کو تخلیقی ہونے کی ترغیب دیتا ہے اور کاروباروں کو اپنی منفرد شناخت برقرار رکھنے میں مدد کرتا ہے۔

پاکستان میں فکری ملکیت کا اندراج

پاکستان میں دانشورانہ املاک کو رجسٹر کرنے کے لیے درج ذیل بنیادی باتیں درکار ہیں:

ٹریڈ مارکس (Trademarks):

- برانڈ ناموں، لوگو، یا علامتوں کی حفاظت کرتے ہیں جو اشیا یا خدمات کی شناخت کے لیے استعمال ہوتے ہیں۔
- ایکسچینج کل پر اپنی آرگنائزیشن آف پاکستان (IPO Pakistan) میں درخواست دیں۔
- نام یا لوگو، اشیا یا خدمات کی تفصیل، اور مطلوبہ فیس کے ساتھ درخواست دیں۔
- ایک بار منظور ہونے کے بعد، ٹریڈ مارک دوسروں کو ایسا ہی نام یا لوگو استعمال کرنے سے روکتا ہے۔

کاپی رائٹس (Copyrights):

- اصل تخلیقی کاموں جیسے کتابیں، گانے، کمپیوٹر پروگرام، یا ڈرائنگ کی حفاظت کرتے ہیں۔
- IPO پاکستان کے تحت کاپی رائٹ آفس میں درخواست دیں۔
- کام کی تفصیلات، یہ ثبوت کہ آپ نے اسے تخلیق کیا، اور کام کی ایک کاپی بھیجیں۔
- کاپی رائٹ کام کی تخلیق کے وقت خود بخود دیا جاتا ہے، لیکن رجسٹریشن مضبوط قانونی تحفظ فراہم کرتا ہے۔

پیتنٹس (Patents):

کسی نئی مصنوع، ڈیزائن، یا طریقہ کار کو قانونی تحفظ دیتے ہیں جو کسی نئی تخلیق کیا ہو۔ اس کا مطلب ہے کہ صرف موجد ہی اسے ایک مخصوص مدت کے لیے بنا، استعمال، یا بیچ سکتا ہے۔

- IPO پاکستان کے تحت پیتنٹ آفس میں درخواست دیں۔
- ایجاد کی تفصیلات، ڈرائنگ اور وضاحتیں جمع کروائیں۔
- ایک بار منظور ہونے کے بعد، صرف موجد ہی ایک مقررہ مدت کے لیے ایجاد کو بنا، استعمال، یا بیچ سکتا ہے۔

ڈیجیٹل دور میں تجارتی رازوں کی حفاظت (Protecting Trade Secrets):

- ایک تجارتی راز نجی کاروباری معلومات ہوتی ہے جو فائدہ دیتی ہے، جیسے ایک ترکیب، ایک فارمولا، یا گاہکوں کی فہرست۔
- اس معلومات کو کاغذی اور ڈیجیٹل شکل میں محفوظ رکھیں۔

• اور سوائے اس کے صرف مجاز لوگوں تک محدود رہیں۔
 • (NDA) پر دستخط کروائیں تاکہ وہ معلومات شیئر نہ کر سکیں۔

سہ ماہی

ایک کمپنی جو کہ ایک نیا مارکیٹ میں اپنی شناخت سمجھیں انہیں اصلی، پہچاننے میں آسان، اور ہا معنی بنائیں۔ ایک مضبوط ٹریڈ مارک نہ صرف آپ کی شناخت کا عمل کے جانے سے بچاتا ہے بلکہ گاہک کا اعتماد بھی پیدا کرتا ہے، مارکیٹنگ کی مدد کرتا ہے، اور آپ کے کاروبار کو دیرپا سہ ماہی بناتا ہے۔

حکمت عملی پر مبنی مارکیٹنگ اور برانڈنگ

8.6

سوال 15: حکمت عملی پر مبنی مارکیٹنگ اور برانڈنگ (Strategic Marketing & Branding) کی وضاحت کریں؟ نیز ڈیٹا

کی بنیاد پر مارکیٹنگ (Data Driven Marketing) کی وضاحت کریں؟

جواب: حکمت عملی پر مبنی مارکیٹنگ گاہک کو فروغ دینے کے لیے سرگرمیوں کی منصوبہ بندی اور ان پر عمل کرنے کا عمل ہے جو گاہکوں کو اپنی طرف متوجہ کرتی ہے۔ اس میں مختلف سطح پر آج کے ڈیجیٹل دور میں، کاروبار بہتر مارکیٹنگ کی حکمت عملی وضع کرنے، اپنے برانڈ کو مضبوط کرنے، اور طویل مدتی تعلقات استوار کرنے کے لیے تکنیکی، اور گاہک کی بصیرت کا استعمال کرتے ہیں۔

ڈیٹا سے چلنے والی مارکیٹنگ (Data-Driven Marketing)

ڈیٹا سے چلنے والی مارکیٹنگ کے لیے تمام اعداد و شمار، اور تجزیہ پر مبنی مارکیٹنگ کے فیصلے کرنا۔ کاروبار مؤثر مہمات کی منصوبہ بندی کرنے کے لیے گاہکوں، ویب سائٹس، اور دیگر ذرائع سے معلومات جمع کرتے ہیں۔

1- ڈیٹا سے چلنے والی مارکیٹنگ کے فوائد:

مثال: ایک کمپنی ایک نیا مارکیٹ میں اپنی شناخت کے لیے 20% اضافہ کرنے کا ہدف طے کرتی ہے۔ وہ KPIs جیسے برائے فروخت ہونے والی شے کی تعداد، ویب سائٹ کے وزٹ، اور گاہکوں کے جائزوں کا استعمال کرتے ہوئے پیشرفت کو ٹریک کرتے ہیں۔

2- تجزیاتی ٹولز:

مثال: کراچی میں ایک کمپنی اپنے لیے Google Analytics کا استعمال کرتی ہے کہ کون سے Facebook اشتہارات ان کی ویب سائٹ پر سب سے زیادہ کامیاب ہیں۔ انہوں نے دیکھا کہ سالگرہ کے ایک دکھانے والے اشتہارات کو عام اشتہارات کے مقابلے میں زیادہ ٹھیکس ہے۔ انہوں نے اسے سائٹ کے تمام پروموشنز پر زیادہ توجہ دیتے ہیں۔

3- ROI (سرمایہ کی شرح) کی مثال:

مثال: ایک کمپنی ان کے Instagram اشتہارات پر 10,000 روپے خرچ کرتی ہے اور ان اشتہارات سے فروخت میں 25,000 روپے اضافہ ہوتا ہے۔ وہ تصدیق کرتے ہیں کہ مہم کامیاب رہی اور حکمت عملی کو دوبارہ کرنے کا فیصلہ کرتے ہیں۔

سوال 16: CRM (Customer Relationship Management) کی وضاحت کریں؟ CRM ٹولز کیسے کام کرتے ہیں؟

جواب: CRM: CRM گاہکوں کے ساتھ تمام تعاملات کو سنبھالنے کا ایک طریقہ ہے۔ ایک اچھا CRM گاہک کے ساتھ تعلقات کو بہتر طور پر سمجھنے اور ان کی زیادہ ذاتی نوعیت کی خدمت کو یقینی بناتا ہے۔ CRM ٹولز کیسے کام کرتے ہیں؟

مثال: اسلام آباد میں ایک کمپنی Zoho CRM کا استعمال کرتے ہوئے گاہکوں کے نام، رابطہ کی تفصیلات، جوتوں کے سائز، اور

خریداری کی گنجائش کو ایک قسم میں محفوظ کر رہی ہے۔ جب کوئی نیا گاہک اس سائز میں آتا ہے جو ایک گاہک عام طور پر خریدتا ہے، تو دکان انہیں اس کے بارے میں ایک نوری پیغام یا الیکٹرونک بھیج سکتی ہے۔
 گاہکوں کو برقرار رکھنا (Retaining Customers) مثال:

کراچی میں ایک کافی شاپ ایک لائٹنی پروگرام استعمال کرتی ہے جہاں گاہکوں کو ہر 10 خریداریوں کے بعد مفت ڈرنک ملتا ہے۔ وہ گاہک کے نام اور پسندیدہ ڈرنک کی پیشکشوں کے ساتھ ذاتی نوعیت کی ای میلز بھی بھیجتے ہیں، جس سے گاہک قیمتی محسوس کرتے ہیں اور واپس آنے کا زیادہ امکان ہوتا ہے۔



فصل 8.1: سی آر ایم کسٹمر ڈیٹا کو ریپا تعلقات قائم کرنے کے لیے منظم کرنا

سوال 17: مارکیٹنگ آٹومیشن (Marketing Automation) کی وضاحت کریں؟ یہ کاروبار کو کیسے فائدہ پہنچاتی ہے؟

جواب: مارکیٹنگ آٹومیشن کا مطلب ہے مارکیٹنگ کے کاموں کو خود بخود سنبھالنے کے لیے خصوصی سافٹ ویئر کا استعمال، بغیر ہر مرحلے کو دستی طور پر کرنے کی ضرورت۔ یہ کاروباروں کو وقت بچانے، زیادہ مؤثر طریقے سے کام کرنے، اور گاہکوں کے ساتھ جڑے رہنے میں مدد کرتا ہے۔
 مثالیں:

میل چیمپ نئے گاہکوں کو خود بخود خوش آمدیدی ای میلز بھیج سکتا ہے، خصوصی پیشکشیں شیئر کر سکتا ہے، اور سوشل میڈیا پر ایڈنٹس پوسٹ کر سکتا ہے۔
 ہب سپاٹ گاہک کی سرگرمی کو ٹریک کر سکتا ہے، فالو اپ پیغامات بھیج سکتا ہے، اور مارکیٹنگ کی کارکردگی پر رپورٹس بنا سکتا ہے۔
 چھوٹے کاروباروں کے لیے فوائد:

- معمول کے کاموں کو خود بخود سنبھال کر وقت بچاتا ہے۔
- اضافی عملے کی ضرورت کو کم کر کے اخراجات میں کمی کرتا ہے۔
- گاہکوں کو ہر وقت ایڈنٹس بھیجتا ہے، جس سے مشغولیت بہتر ہوتی ہے۔
- کم کوشش کے ساتھ وسیع تر سامعین تک پہنچنے میں مدد کرتا ہے۔
- مہم کے نتائج کو ٹریک کرتا ہے تاکہ دیکھا جائے کہ کیا بہتر کام کر رہا ہے۔

کیا آپ جانتے ہیں؟

ایک برانڈ صرف ایک لوگوں نہیں ہوتا۔ یہ وہ احساس ہے جو گاہکوں کو آپ کے کاروبار کے بارے میں ہوتا ہے۔ ہر پیغام، مصنوعہ، اور خدمت اس احساس کو تشکیل دیتی ہے۔

مسئلہ حل کرنا اور چک پڑی

8.2

- 1- بیرون دنیا کی کتنی ہی مقصد کیا ہے؟
(A) بیرون دنیا کی کتنی ہی مقصد کیا ہے؟
(B) مسئلے کے پیچھے بنیادی وجہ تلاش کرنا تا کہ اسے واپس آنے سے روکا جاسکے
(C) بیرون دنیا کی کتنی ہی مقصد کیا ہے؟
(D) کاروبار کے کل منافع کا حساب لگانا
- 2- SWOT تجزیہ میں کون سے دو عوامل کاروبار کے اندرونی ماحول پر توجہ مرکوز کرتے ہیں؟
(A) طاقتیں اور کمزوریاں
(B) طاقتیں اور کمزوریاں
(C) طاقتیں اور مواقع
(D) کمزوریاں اور خطرات
- 3- ایک کاروبار کی سولت فراہم کرنا شروع کر دیتا ہے کیونکہ گاہک اب فزیکل شاؤپس پر نہیں جانا چاہتے۔ یہ اس کی مثال ہے:
(A) بیرون دنیا کی کتنی ہی مقصد کیا ہے؟
(B) بیرون دنیا کی کتنی ہی مقصد کیا ہے؟
(C) موافقت
(D) مسابقتی تجزیہ
- 4- SWOT تجزیہ میں طاقت کی تعریف اس طرح کی گئی ہے:
(A) بیرون دنیا کی کتنی ہی مقصد کیا ہے؟
(B) بیرون دنیا کی کتنی ہی مقصد کیا ہے؟
(C) بیرون دنیا کی کتنی ہی مقصد کیا ہے؟
(D) کاروبار بڑھانے کے مواقع
- 5- کون سی مہارت کا حوالہ دیتا ہے، جسے نقصان یا ناکامی کے بعد جلدی صحت یاب ہونے میں مدد دیتی ہے؟
(A) موافقت
(B) چک
(C) مارکیٹنگ
(D) رجسٹریشن
- 6- مسئلہ کا حل میں کون سے بہترین ہیں؟
(A) یہ بہترین ہیں
(B) یہ اسی مسئلے کو دوبارہ ہونے سے روکنے میں مدد کرتا ہے
(C) اس میں کون سے بہترین ہیں
(D) یہ ہمیشہ زیادہ قیمتوں کا نتیجہ دیتا ہے
- 7- ایک بیکری ڈائلاگ کے بارے میں شکایات موصول ہونے کے بعد اپنی ترکیب تبدیل کرتی ہے اور گاہکوں کو واپس مدعو کرتی ہے۔ یہ اس کی مثال ہے:
(A) حکمت عملی پر مبنی
(B) دھچکے سے بحالی اور چک
(C) ڈیٹا پر مبنی
(D) مفادات کا تضادم
- 8- Netflix کا ڈی وی ڈی بذریعہ سروس ہے اس کی ترکیب تبدیل ہونا اس کی ایک بہترین مثال ہے:
(A) ڈیٹا پر مبنی
(B) ایک منفرد کاروباری نام اپنانا
(C) ٹیکنالوجی اختیارات میں تبدیلیوں کے مطابق ڈھلنا
(D) فکری ملکیت کے حقوق
- 9- SWOT میں، مست کسٹمرز کو اس ذمہ میں رکھا جائے گا:
(A) طاقت
(B) کمزوری
(C) موقع
(D) خطرہ

10- بنیادی وجہ کا تجربہ کو بہترین طور پر اس طرح بیان کیا گیا ہے:

- (A) مسئلے کا سب سے مزید حصہ
(B) مسئلے کی اطلاع دینے والا پہلا شخص
(C) مسئلہ ہونے کی بنیادی وجہ
(D) مسئلے کا حتمی نتیجہ

اخلاقی کاروباری طریقے اور ڈیجیٹل آنسٹس

8.3

11- کاروبار میں 'آنسٹس' کا کیا مطلب ہے؟

- (A) کسی بھی قیمت پر منافع کو زیادہ سے زیادہ کرنا
(B) اخلاقی اصولوں کی پیروی کرنا اور وہ کرنا جو صحیح اور منصفانہ ہو
(C) صرف اس وقت قوانین کی پیروی کرنا جب حکومت دیکھ رہی ہو
(D) حریف کے کامیاب خیالات کی نقل کرنا

12- ایک دکان کا مالک بغیر دوسرے ہنرمند لوگوں کو موقع دے اپنے کزن کو نوکری پر رکھتا ہے۔ یہ اس کی مثال ہے:

- (A) پیشہ ورانہ مہارت (B) مفادات کا تضاد (C) حکمت عملی پر مبنی بھرتی (D) گاہک کی بہبود

13- منافع کو گاہک کی بہبود کے ساتھ متوازن کرنے کا مطلب ہے:

- (A) زیادہ پیرہ کمانے کے لیے قلت کے دوران قیمتیں بڑھانا
(B) منصفانہ منافع کو اسے ہونے والی مصنوعات کی حفاظت اور اچھے معیار کو یقینی بنانا
(C) لاگت بچانے کے لیے کم معیار کا سامان پیش کرنا
(D) فروخت پر توجہ مرکوز کرنے کے لیے گاہکوں کی شکایات کو نظر انداز کرنا

14- ڈیجیٹل آنسٹس میں مندرجہ ذیل میں سے کیا شامل ہے؟

- (A) انٹرنیٹ اور ڈیجیٹل نوٹز کو ذمہ داری اور احترام کے ساتھ استعمال کرنا
(B) حریف کی ویب سائٹس میں ہیکنگ کرنا

(C) پیسوں کے لیے گاہک کا ذیادہ دوسری کمپنیوں کے ساتھ شیئر کرنا

(D) اپنے کاروبار کی مدد کے لیے جعلی جائزے پوسٹ کرنا

15- ذمہ دار مارکیٹنگ کے لیے کاروباروں کو ضرورت ہے:

(A) مصنوعات کو بہتر دکھانے کے لیے مبالغہ آرائی کا استعمال کریں

(B) بغیر پوشیدہ شرائط کے سچی اور واضح معلومات فراہم کریں

(C) بغیر والدین کی اجازت کے بچوں کو اشتہار دکھائیں

(D) بغیر رضامندی طلب کیے گاہک کا ڈیٹا استعمال کریں

16- اگر کوئی کاروبار کم معیار کے اجزاء استعمال کرتے ہوئے کھانا زیادہ قیمت پر فروخت کرتا ہے، تو ممکنہ نتیجہ کیا ہوگا؟

(A) کاروبار تیزی سے بڑھے گا

(B) گاہک اعتماد کھودیں گے اور کاروبار مستقبل میں نقصان اٹھائے گا

(C) کاروبار مارکیٹ سے خارج ہو جائے گا

(D) یہ معاشرے میں کاروبار کی ایج کو بہتر بنائے گا

17- ہدف شدہ اشتہارات کے لیے ڈیٹا جمع کرنے سے پہلے کاروبار کو کیا کرنا چاہیے؟

(A) کچھ نہیں، ڈیٹا عوامی ہے

(B) واضح اجازت حاصل کریں اور وضاحت کریں کہ معلومات کس طرح استعمال کی جائیں گی

(C) صرف اس صورت میں کریں جب گاہک 18 سال سے زیادہ کا ہو

(D) صرف اس صورت میں کریں جب گاہک نے پہلے کوئی خریداری کی ہو

18- خدائی فیصلہ سازی کیوں اہم ہے؟

- (A) یہ جاننے میں مدد کرتا ہے کہ کیا ایک چیز درست ہے یا نہیں۔
(B) یہ گاہکوں اور کیونٹی سے عزت اور اعتماد حاصل کرتا ہے۔
(C) یہ جاننے میں مدد کرتا ہے کہ کاروبار کبھی مقابلے کا سامنا نہ کرے۔
(D) یہ کاروبار کی مصنوعات کو سب سے سستا بناتا ہے۔

19- دیکھیں کہ یہ اصول محفوظ آن لائن جگہیں پر قرار رکھتے ہیں:

- (A) یہ جاننے میں مدد کرتا ہے کہ کیا ایک چیز درست ہے یا نہیں۔
(B) واضح اصول طے کر کے اور ہر اسانی کے خلاف کارروائی کر کے۔
(C) آپ کو جاننے میں مدد کرتا ہے کہ آپ کو حذف کر کے۔
(D) تبصرے پوسٹ کرنے کے لیے صارفین سے چارج لے کر۔

20- پاکستان میں عمل میں ایک بنیادی اصول کیا ہے؟

- (A) اس کے لیے زیادہ سے زیادہ ڈیٹا جمع کریں۔
(B) معلومات کو کاروبار کی پسند کے کسی بھی مقصد کے لیے استعمال کریں۔
(C) صرف ان معلومات جمع کریں جس کی واقعی ضرورت ہو۔
(D) بغیر پوچھے گاہک کا ڈیٹا اشتراکت داروں کے ساتھ شیئر کریں۔

21- GDPR کیلئے ایک نیا قانون ہے جو لوگوں کی حفاظت کے لیے ڈیزائن کیا گیا ہے:

- (A) پاکستان (B) ریاستہائے متحدہ (C) یورپی ممالک (D) ایشیا

22- COPPA کیلئے ایک نیا قانون ہے جو عام طور پر اس کی پرائیویسی کی حفاظت کے لیے ڈیزائن کیا گیا ہے:

- (A) 13 سال سے کم عمر کے بچے
(B) 13 سال سے کم عمر کے بچے
(C) بین الاقوامی برآمد کنندگان
(D) بین الاقوامی برآمد کنندگان

23- پاکستان کی حفاظت کو GDPR جیسے بین الاقوامی قوانین کی پرواہ کیوں کرتی ہے؟

- (A) اس کی حفاظت کی ضرورت نہیں جب تک وہ یورپ میں نہیں رہتے۔
(B) اس کی حفاظت کی ضرورت نہیں جب تک کہ وہ جہاں ان کے گاہک ہیں۔
(C) اس کی حفاظت کی ضرورت نہیں ہے تو انہیں نہیں ہیں۔
(D) کیونکہ بین الاقوامی قوانین پر عمل کرنا آسان ہے۔

24- نیچے دی گئی اصطلاح ہے:

- (A) یہ جاننے میں مدد کرتا ہے کہ آپ کے کاروبار پر لاگو ہوتے ہیں۔
(B) یہ جاننے میں مدد کرتا ہے کہ آپ کے کاروبار پر لاگو ہوتے ہیں۔
(C) یہ جاننے میں مدد کرتا ہے کہ آپ کے کاروبار پر لاگو ہوتے ہیں۔
(D) صرف ان قوانین پر عمل کرنا جو منافع بخش ہیں۔

لیگل فریم ورک اور کمپلائنس

8.4

25- ایک عمل جہاں گاہک کو ایک کیلکولیٹر ہے کہ آیا وہ تمام ضروری قوانین پر عمل پیرا ہے، کہلاتا ہے:

- (A) SWOT تجزیہ (B) تحلیل آؤٹ (C) مارکیٹنگ کی حکمت عملی (D) لائسنس پروگرام

26- 1770 میں فرانسیسی قانون ساز نے کون سا قانون توڑا تھا؟

- (A) GDPR (B) CCPA (C) COPPA (D) انکم ٹیکس قوانین

27- جب ایک سکول پرنسپل طالب علم کو اس کا استعمال کرتا ہے، تو وہ پرائیویسی قوانین پر عمل کرتے ہیں:

- (A) اسے کوئی نوٹس دینے پر پوسٹ کر کے۔
(B) معلومات کو پاس ورڈز کے ساتھ محفوظ کر کے۔
(C) مارکیٹنگ کے لیے اسے مقامی کتابوں کی دکانوں کے ساتھ شیئر کر کے۔
(D) اسے ہر روز حذف کر کے۔

ذاتی ڈیٹا میں سے رجسٹرڈ میں سے کیا شامل ہے؟

-28

(A) کاروبار کا بینک بیلنس

(B) نام، پتے، اور ادائیگی کی تفصیلات

(C) کاروباری لوگوں کا رنگ

(D) ملازمین کی کل تعداد

ڈیٹا پرائیویسی قوانین کا بنیادی مقصد کیا ہے؟

-29

(A) کاروباروں کو زیادہ مصنوعات فروخت کرنے میں مدد کرنا

(B) کاروباروں کے ذریعے جمع کردہ ذاتی معلومات کی حفاظت کرنا

(C) انٹرنیٹ کی رفتار بڑھانا

(D) حکومت کو ہر لین دین کو ٹریک کرنے میں مدد کرنا

اپنے کاروبار کو متاثر کرنے والی قانونی تبدیلیوں پر اپڈیٹ رہنا اس کا حصہ ہے:

-30

(A) ڈیجیٹل اخلاقیات

(B) ریگولیٹری آگاہی

(C) بنیادی وجہ کا تجزیہ

(D) حکمت عملی پر مبنی مارکیٹنگ

پاکستان میں اشارت اپ رجسٹر کرنے کا مرکزی اتھارٹی کون سا ادارہ ہے؟

-31

(A) FBR

(B) SECP

(C) IPO Pakistan

(D) وزارت تعلیم

پاکستانی کاروبار کے تناظر میں 'NTN' کا کیا مطلب ہے؟

-32

(A) ٹیکس کی شناختی نمبر

(B) نیشنل ٹیکس نمبر

(C) نیشنل ٹریڈ نام

(D) نیچرل ٹرسٹ نوڈ

وہ دستاویز جس میں کمپنی کے نام، مقصد اور مقام جیسی بنیادی تفصیلات ہوتی ہیں:

-33

(A) آرٹیکلز آف ایسوسی ایشن

(B) میمورنڈم آف ایسوسی ایشن

(C) پارٹنرشپ ڈیڈ

(D) وائٹ پیپر آف ایسوسی ایشن

پاکستان میں NTN کے لیے درخواست دینے کے لیے کون سا پورٹل استعمال کیا جاتا ہے؟

-34

(A) SECP ویب سائٹ

(B) آئرس FBR پورٹل

(C) Google Analytics

(D) Mailchimp

'پارٹنرشپ ڈیڈ' ایک معاہدہ ہے جو وضاحت کرتا ہے:

-35

(A) پوری صنعت کے قواعد

(B) ایک ساتھ کاروبار شروع کرنے والے لوگوں کے کردار اور حصے

(C) مارکیٹنگ کے لیے سوشل میڈیا کا استعمال کیسے کریں

(D) کمپنی کے بانیوں کی تاریخ

'سریٹیکٹ آف انکارپوریشن' کیا ہے؟

-36

(A) کھانا فروخت کرنے کی اجازت

(B) ایک دستاویز جو ثابت کرتی ہے کہ کاروبار سرکاری طور پر رجسٹرڈ ہے

(C) تمام گاہکوں کی فہرست

(D) ٹیکس ادا کرنے کی رسید

ایک منظم نام کا انتخاب کرنا اور اسے SECP سے منظور کروانا کیوں ضروری ہے؟

-37

(A) اسے زیادہ مہنگا بنانے کے لیے

(B) اس بات کو یقینی بنانے کے لیے کہ یہ سرکاری ہے اور دوسرے ناموں سے متصادم نہیں ہے

(C) کوئی ٹیکس ادا کرنے سے بچنے کے لیے

(D) حکومت کے لیے مفت اشتہار حاصل کرنے کے لیے

آرٹیکلز آف ایسوسی ایشن عام طور پر بیان کرتے ہیں:

-38

(A) تمام حریفوں کے نام

(B) کمپنی چلانے کے قواعد

(C) ہر مصنوعہ کی قیمت

(D) ماکان کے ذاتی مشاغل

39- ڈیجیٹل کاروبار میں، فریقین کے درمیان قانونی طور پر پابند کرنے والا معاہدہ کہلاتا ہے:

CRM (D) (Contract) معاہدہ (C) KPI (B) SWOT (A)

40- درست معاہدے کے لیے درج ذیل میں سے کون سا عنصر ضروری ہے؟

(A) خفیہ مصافحہ (B) عوض (کوئی قیمتی چیز کا تبادلہ)

(C) کم از کم 10 صفحات (D) معاہدے کی ویڈیو ریکارڈنگ

فکری ملکیت کے حقوق

8.5

41- 'ٹریڈ مارک' کیا تحفظ فراہم کرتا ہے؟

(A) ایجادات اور نئے طریقے (B) برانڈ نام، لوگو، یا علامتیں

(C) کتابیں اور گانے (D) گاہکوں کی فہرستیں

42- کاپی رائٹ اصل تخلیقی کاموں کی حفاظت کرتا ہے جیسے:

(A) برانڈ نام (B) نئی ایجادات

(C) ایک 'پینٹ' موجود کو ایک ایجاد بنانے یا اپنے کا خصوصی حق دینا ہے (D) کاروباری ٹیکس نمبر

43- ایک 'پینٹ' موجود کو ایک ایجاد بنانے یا اپنے کا خصوصی حق دینا ہے:

(A) ہمیشہ کے لیے (B) ایک مقررہ مدت کے لیے

(C) ایک ہفتے کے لیے (D) صرف اپنے شہر میں

44- پاکستان میں ٹریڈ مارک اور پینٹ کی درخواستوں کو کون سا ادارہ سنبھالتا ہے؟

(A) FBR (B) SECP (C) IPO Pakistan (D) ہائی کورٹ

45- نجی کاروباری معلومات جیسے ترکیب یا گاہکوں کی فہرست ایک ہے:

(A) پینٹ (B) کاپی رائٹ (C) تجارتی راز (Trade Secret) (D) ٹریڈ مارک

حکمت عملی پر مبنی مارکیٹنگ اور برانڈنگ

8.6

46- 'NDA' (نان ڈسکلوژر ایگریمنٹ) کس لیے استعمال ہوتا ہے؟

(A) SECP کے ساتھ کاروبار رجسٹر کرنے کے لیے

(B) ایسٹ کو یقینی بنانے کے لیے کہ شراکت دار / ملازمین نجی معلومات شیئر نہ کر سکیں

(C) پیشکش کنندگان کو معاہدے پر قیام دینے کے لیے (D) سرمایہ کاری پر واپسی (ROI) کا حساب لگانے کے لیے

47- ایک معاہدے میں، 'قبولیت' کا مطلب ہے:

(A) ایک فریق سروس کی پیشکش کرتا ہے (B) دوسرا فریق غیر قبضہ ملی کے پیشکش سے اتفاق کرتا ہے

(C) پیسے فوری ادا کیے جاتے ہیں (D) معاہدہ انگریزی میں لکھا گیا ہے

48- اگر کوئی معاہدہ کسی غیر قانونی چیز کے لیے ہے، تو یہ کون سا بنیادی عنصر ناقص کرتا ہے؟

(A) پیشکش (B) قانونی مقصد (C) رضامندی (D) عوض

49- ڈیجیٹل معاہدوں پر دستخط کیے جاسکتے ہیں:

(A) صرف کاغذ پر (B) صرف کسی گواہ کی موجودگی میں

(C) کاغذ اور الیکٹرانک طور پر دونوں طرح (D) صرف حکمت کی طرف سے

50- ٹریڈ مارک رجسٹر کرنے سے کاروبار کو مدد ملتی ہے:

(A) بجلی کی لاگت کو کم کر کے (B) دوسروں کو ایک جیسے نام یا لوگو استعمال کرنے سے روک کر

(C) خود بخود ان کے ٹیکس فائل کر کے (D) نئے ملازمین کی خدمات حاصل کر کے

51- 'ڈیٹا سے چلنے والی مارکیٹنگ' کا مطلب ہے فیصلے کرنا:

(A) قیاس آرائی اور وجدان پر مبنی (B) حقائق، اعداد و شمار، اور تجزیہ پر مبنی

(C) اس پر مبنی کہ مالک کو ذاتی طور پر کیا پسند ہے (D) اس پر مبنی کہ حریف اپنے اشتہارات میں کیا کہتے ہیں

52- KPI کا مطلب ہے:

Knowledgeable Price Increase (B)

Key Performance Indicators (A)

Known Product Interests (D)

Kids Privacy Internet (C)

53- ROI (سرمایہ کاری پر واپسی) کیا پیمائش کرتا ہے؟

(A) کاروبار میں کتنے ملازمین ہیں (B) مہم کی لاگت کا حاصل کردہ منافع سے موازنہ کر کے کامیابی

(C) دفتری انٹرنیٹ کی رفتار (D) سوشل میڈیا پر پیروکاروں کی کل تعداد

54- CRM سسٹم کا بنیادی مقصد کیا ہے؟

(A) خود بخود ای میل بھیجنا (B) طویل مدتی تعلقات اور وفاداری قائم کرنا

(C) ٹریڈ مارک رجسٹر کرنا (D) انکم ٹیکس کا حساب لگانا

55- کون سا ٹول ایک بیکری استعمال کرے گی تاکہ یہ دیکھ سکے کہ کون سے اشتہار سب سے زیادہ ویب سائٹ وزٹرز لارہے ہیں؟

(A) SECP پورٹل (B) تجزیاتی ٹولز مثلاً Google Analytics

(C) پارٹنرشپ ڈیڈ (D) SWOT تجزیہ

56- مارکیٹنگ آئوٹیشن کاروباروں کی مدد کرتی ہے:

(A) مصنوعات کی قیمت بڑھا کر

(B) وقت بچانے کے لیے معمول کے مارکیٹنگ کاموں کو خود بخود سنبھال کر

(C) اشتہار کی ادائیگی کی ضرورت سے بچ کر (D) حریفوں کو مارکیٹ میں داخل ہونے سے روک کر

57- 'لائسنس پروگرام' (مثلاً 10 خریداریوں کے بعد مفت ڈرنک) ایک حکمت عملی ہے جس میں استعمال ہوتی ہے:

(A) روٹ کا تجزیہ (B) کسٹمر ریلیشن شپ مینجمنٹ (CRM)

(C) دانشورانہ املاک کا رجسٹریشن (D) ایکویٹی آگاہی

58- کون سا سافٹ ویئر مارکیٹنگ آئوٹیشن کی ایک مثال ہے جو خوش آمدیدی ای میل بھیجنے کے لیے استعمال ہوتا ہے؟

SECP (D)

Iris (C)

Mailchimp (B)

Zoho CRM (A)

59- کاروبار کا جب سہولت کے شعور آئے تو ہمیں اس کی ای میل کیوں استعمال کرتے ہیں؟

- (A) کیونکہ یہ ایک قانونی ضرورت ہے
(B) گاہکوں کو قیمتی محسوس کرتے ہوئے ہمیں آنے کا زیادہ امکان پیدا کرنے کے لیے
(C) کاغذ کی دہشت چھاننے کے لیے
(D) یہ جانچنے کے لیے کہ گاہک کا ای میل پتہ حقیقی ہے یا نہیں

60- 'تین ماہ میں فی ٹرنس کی فروخت میں 20% اضافہ کرنا' کا ہدف طے کرنا اس کی ایک مثال ہے:

- (A) ایک تجارتی راز
(B) قابل پیمائش ہدف طے کرنا اور پیشرفت کو ٹریک کرنا
(C) ایک قانونی فریم ورک
(D) ایک اخلاقی تصادم

جوابات

C -10	B -9	C -8	B -7	B -6	B -5	C -4	C -3	B -2	B -1
C -20	B -19	B -18	B -17	B -16	B -15	A -14	B -13	B -12	B -11
B -30	B -29	B -28	B -27	C -26	B -25	A -24	B -23	B -22	C -21
B -40	C -39	B -38	B -37	B -36	B -35	B -34	B -33	B -32	B -31
B -50	C -49	B -48	B -47	B -46	C -45	B -44	B -43	C -42	B -41
B -60	B -59	B -58	B -57	B -56	B -55	B -54	B -53	A -52	B -51

اضافی مختصر سوالات

مختصر سوالات کی نئی سطحی تفہیم (Knowledge, Understanding, Application, Analytical & Conceptual) کی روشنی میں مرتب کیے گئے مختصر جوابی سوالات

تعارف

1- انٹرپرائزور شپ میں قانونی، اخلاقی اور سوشل مہارتیں کیوں اہم ہیں؟

جواب: قانونی، اخلاقی، اور سوشل مہارتیں ایک کامیاب ڈیجیٹل کاروبار چلانے کے لیے ضروری ہیں۔ یہ بتاتی ہیں کہ کاروباری افراد متعلقہ ڈیٹا پرائیویسی قوانین، جیسے پاسپورٹ کا ڈیٹا پروٹیکشن بل، جنرل ڈیٹا پروٹیکشن ریگولیشن (GDPR)، اور چلڈرنز آن لائن پرائیویسی پروٹیکشن ایکٹ (COPPA) کی تعمیل کیسے کر سکتے ہیں۔

بنیادی سے اعلیٰ انٹرپرائزور شپ تک

8.1

2- اعلیٰ درجے کے انٹرپرائزور شپ تصورات کی وضاحت کریں۔
جواب: ہم اس بنیاد پر مزید ترقی کرتے ہوئے مسابقتی ڈیجیٹل کاروباری ماحول میں درکار اعلیٰ مہارتوں کو دریافت کرتے ہیں۔ ان میں شامل ہیں:

- قانونی تعمیل
- اخلاقی فریم ورک
- سوشل مہارتیں

3- سوشل مہارتیں کاروبار کے لیے کیوں اہم ہیں؟

جواب: سوشل مہارتیں کاروباری موجودگی اور گاہکوں کے ساتھ تعلقات کو مضبوط کرنے کے لیے۔

یہ مہارتیں اس لیے اہم ہیں کہ آج کے کاروباری افراد سے توقع کی جاتی ہے کہ وہ اپنی دانشورانہ املاک کی حفاظت کریں، گاہکوں کے حقوق کا احترام کریں، دنیا کی پرائیویسی کو محفوظ رکھیں، اور اپنی کمپنی کا اعتماد برقرار رکھیں۔

مسئلہ حل کرنا اور چلک پڑ پڑی

8.2

4۔ آج کے کاروباری افراد کو کن چیلنجز کا سامنا ہے؟

جواب: آج کے کاروباری افراد کو درپیش چیلنجز یہ ہیں:

- نئے مسابقت کرنے والوں کے باعث گاہکوں کا کھوجانا
- ٹیکنالوجی میں تبدیلیاں

5۔ بنیادی وجہ کا تجزیہ کیسے مدد کرتا ہے؟ مثال دیں۔

جواب: ہر مسئلے کے پیچھے ایک اہم وجہ ہوتی ہے، جسے بنیادی وجہ کہتے ہیں۔ اگر ہم صرف سطحی مسئلہ ٹھیک کریں تو یہ دوبارہ آ سکتا ہے۔ روٹ کا تجزیہ بنیادی وجہ تلاش کرنے اور اسے حل کرنے میں مدد کرتا ہے، تاکہ حل دیر پا ہو۔

مثال: اگر کسی آن لائن دکان پر بہت سی شکایات آئیں تو مالک کو چاہیے کہ وہ تحقیقات کرے کہ آیا وجہ تاخیر سے ڈیلیوری، غیر واضح مصنوعات کی تفصیل، یا ناقص پیکنگ ہے۔ ایک بار بنیادی وجہ حل جانے کے بعد، اسے درست کیا جاسکتا ہے۔

6۔ SWOT ٹول کا مطلب کیا ہے؟

جواب: SWOT ایک آسان ٹول ہے جس کا مطلب ہے:

- (طاقت) Strengths، وہ چیزیں جو کاروبار آپنی طرف سے (مثلاً اعلیٰ معیار کی مصنوعات)۔
- (کمزوریاں) Weaknesses، وہ شعبے جن میں بہتری کی ضرورت ہے (مثلاً سست کسٹمر سروس)۔
- (مواقع) Opportunities، ترقی یا بہتری کے مواقع (مثلاً نئی مصنوعات کی زیادہ مانگ)۔
- (خطرات) Threats، بیرونی عوامل جو کاروبار کو نقصان پہنچا سکتے ہیں (مثلاً نئے مقابلہ کنندگان)۔

7۔ ایڈاپٹیشن اور رزٹیلنس کی تعریف کریں۔

جواب: ایڈاپٹیشن: موافقت کا مطلب ہے ضرورت پڑنے پر تبدیل ہونے کے لیے تیار اور قابل ہونا۔

- رزٹیلنس: چلک کا مطلب ہے کہ کاروبار کسی ناکامی کے بعد تیزی سے بحال ہو سکے۔

8۔ سیٹ بیک ریکوری کیا ہے؟

جواب: کسی بھی کاروبار میں غلطیاں، ناکامیاں، یا نقصان ہو سکتے ہیں۔ ایک چلکار کاروبار سیٹ بیک کو قبول کرتا ہے، اس سے سیکھتا ہے، اور بہتری کے لیے سخت محنت کرتا ہے۔

مثال: اگر ایک بکری کو ذائقے کے بارے میں شکایات موصول ہوں تو وہ اپنی ترکیب بہتر کر سکتی ہے، نیا ورژن جانچ سکتی ہے، اور گاہکوں کو دوبارہ آزمائش کی دعوت دے سکتی ہے۔

اخلاقی کاروباری طریقے اور ڈیجیٹل آئین

8.3

9۔ اخلاقی فیصلہ سازی سے کیا مراد ہے؟

جواب: اخلاقی فیصلہ سازی کا مطلب کاروبار میں ایسے انتخاب کرنا ہے جو منصفانہ، ایماندار، اور ذمہ دارانہ ہوں۔ یہ صحیح کام کرنے کے بارے میں ہے،

چاہے دوسرا راستہ آسان یا زیادہ منافع بخش کیوں نہ ہو۔

- 10- جواب: حقوق تصرف سازی کی پیروی کرتا ہے دو گاہکوں، ملازمین، اور کمپنی سے عزت اور اعتماد حاصل کرتا ہے۔
- ایک محدود حقوق تصرف سازی کی پیروی کرتا ہے جو کاروبار کو یا نمائنداری کے ساتھ بڑھنے میں مدد دیتا ہے۔
- حقوق تصرف کے تحت، جو شریعت میں مثبت امیج برقرار رکھتا ہے۔

11- آؤٹ لکٹ حقوق کیا ہیں؟

جواب: آؤٹ لکٹ حقوق کا مطلب عزت اور بے تکلفی نوٹز کا ذمہ داری اور احترام کے ساتھ استعمال کرنا ہے۔ کاروبار گاہکوں کی معلومات کو محفوظ رکھنے کی ذمہ داری قبول کرتے ہیں، اور آن لائن شاپنگ سے بات چیت کرتے ہیں۔ گاہک بھی اصولوں کی پیروی کرتے ہیں، یہی کے ساتھ کرتے ہیں اور نقصان دہ اقدامات سے بچتے ہیں۔

12- آؤٹ لکٹ حقوق کے فروغ کے لیے کیسے فائدہ مند ہے؟

جواب: آؤٹ لکٹ حقوق کا مطلب معلومات اور خدمات کو ایمانداری اور منصفانہ طریقے سے فروغ دینا، گاہکوں کو درست اور مکمل معلومات فراہم کرنا، اور ان کے حقوق کو برقرار رکھنا ہے۔

13- آؤٹ لکٹ حقوق کیا ہیں؟

جواب: آؤٹ لکٹ حقوق کا مطلب ہے اور آپ کا کاروبار آہستہ آہستہ بڑھتا ہے۔

• گاہکوں کے لیے آپ کا کاروبار بڑھتا ہے۔

14- آؤٹ لکٹ حقوق کے فروغ کے لیے کیا جانے ہیں؟

جواب: پاکستان میں آؤٹ لکٹ حقوق کے فروغ کے لیے کاروباروں کو:

- معلومات کی وضاحت کرنی چاہیے جتنی انہیں ضرورت ہو۔
- معلومات کی وضاحت کے لیے استعمال کریں جس کے بارے میں انہوں نے گاہک کو بتایا ہو۔
- معلومات کی وضاحت کے بغیر اسے شیئر نہ کریں۔

15- آؤٹ لکٹ حقوق کیا ہیں؟

جواب: آؤٹ لکٹ حقوق کا مطلب یہ ہے کہ آپ کے کاروبار پر کون سے قوانین اور ضوابط لاگو ہوتے ہیں اور یہ یقینی بنانا کہ آپ ان پر عمل کرتے

• آؤٹ لکٹ حقوق کے فروغ کے لیے

• آؤٹ لکٹ حقوق کے فروغ کے لیے

لیگل فریم ورک اور کمپلائنس

8.4

16- آؤٹ لکٹ حقوق کیا ہیں؟

جواب: آؤٹ لکٹ حقوق کا مطلب ہے کہ کاروبار کو قانونی طور پر کام کرنے کے لیے عمل کرنا ہوتا ہے۔ اس میں کاروبار کا

• آؤٹ لکٹ حقوق کے فروغ کے لیے

17- پاکستان میں آؤٹ لکٹ حقوق کی ضرورت کیسے ہے؟

جواب: آؤٹ لکٹ حقوق کے فروغ کے لیے قانونی مسائل کے بغیر کام کرنے دیتی ہے، اور گاہکوں، مینیجروں، اور دیگر کاروباروں کا اعتماد حاصل

• آؤٹ لکٹ حقوق کے فروغ کے لیے

18- پاکستان میں NTN حاصل کرنے کا عمل لکھیں۔

جواب:

- (i) FBR کے 'Iris' آن لائن پورٹل کے ذریعے درخواست دیں۔
 - (ii) SECP رجسٹریشن دستاویزات، پتے کا ثبوت، اور کاروباری سرگرمیوں کی تفصیلات فراہم کریں۔
 - (iii) منظور ہونے کے بعد، NTN کاروبار کو بینک اکاؤنٹ کھولنے، رسید جاری کرنے، اور ٹیکس ذمہ داریاں پوری کرنے کی اجازت دیتا ہے۔
- 19- کاروبار رجسٹر کرنے سے پہلے کن دستاویزات کو سمجھنے کی ضرورت ہے؟

جواب:

- یادداشت برائے انجمن (Memorandum of Association) کمپنی کی بنیادی تفصیلات، جیسے اس کا نام، مقصد، اور مقام۔
- انجمن کے مضامین (Articles of Association) کمپنی چلانے کے قواعد۔
- شراکت نامہ (Partnership Deed) دو یا زیادہ لوگوں کے درمیان ایک معاہدہ جو مل کر کاروبار شروع کرتے ہیں، جس میں ہر شخص کے حصے، کردار، اور ذمہ داریوں کی وضاحت ہوتی ہے۔
- ڈیجیٹل کاروبار میں معاہدے کی تعریف کریں۔

جواب: معاہدہ دو یا زیادہ لوگوں یا تنظیموں کے درمیان ایک تحریری یا زبانی معاہدہ ہوتا ہے جو قانونی طور پر پابند ہوتا ہے۔

21- کاروبار میں معاہدے کیوں اہم ہیں؟

- جواب: ڈیجیٹل کاروبار میں، معاہدے اہم ہیں کیونکہ وہ کاروباری شراکت داروں، سپلائرز، یا گاہکوں کے ساتھ مل کر کام کرنے کی شرائط و ضوابط طے کرتے ہیں۔ وہ غلط فہمیوں کو روکنے میں مدد دیتے ہیں اور اگر کوئی اختلاف ہو تو قانونی تحفظ فراہم کرتے ہیں۔
- 22- فکری ملکیت کے حقوق کی تعریف کریں۔

جواب: فکری ملکیت کے حقوق (IPRs) قانونی حقوق ہیں جو کسی شخص یا کاروبار کی تخلیقات کی حفاظت کرتے ہیں۔ یہ تخلیقات ایجادات، کتابیں، گانے، آرٹ ورک، برانڈ نام، یا لوگو شامل کر سکتی ہیں۔

23- واضح کریں کہ ڈیجیٹل دور میں تجارتی راز کی حفاظت کیسے کی جاسکتی ہے؟

جواب: ایک تجارتی راز نجی کاروباری معلومات ہے جو فائدہ دیتی ہے، جیسے کوئی ترکیب، فارمولا، یا گاہکوں کی فہرست۔

- اس معلومات کو کاغذی اور ڈیجیٹل شکل میں محفوظ رکھیں۔
- پاس ورڈز، انکرپشن کا استعمال کریں، اور رسائی صرف مجاز لوگوں تک محدود رکھیں۔
- ملازمین یا شراکت داروں سے غیر افشاء معاہدہ (NDA) پر دستخط کروائیں تاکہ وہ معلومات شیئر نہ کر سکیں۔

فکری ملکیت کے حقوق

8.5

24- حکمت عملی پر مبنی مارکیٹنگ کی تعریف کریں۔

جواب: اسٹریٹجک مارکیٹنگ کاروبار کو فروغ دینے کے لیے سرگرمیوں کی منصوبہ بندی اور ان پر عمل درآمد کا عمل ہے تاکہ گاہکوں کو راغب کیا جاسکے اور انہیں وفادار رکھا جاسکے۔ آج کے ڈیجیٹل دور میں، کاروبار بہتر مارکیٹنگ حکمت عملی کو اپنانے، اپنے برانڈ کو مضبوط کرنے، اور طویل مدتی تعلقات استوار کرنے کے لیے ڈیٹا، ٹیکنالوجی، اور گاہکوں کی بصیرت کا استعمال کرتے ہیں۔

25- مثال کے ساتھ وضاحت کریں کہ CRM ٹول کیسے کام کرتا ہے۔

جواب: اسلام آباد میں ایک کھیلوں کی دکان Zoho CRM کا استعمال کرتے ہوئے گاہکوں کے نام، رابطے کی تفصیلات، جو قوتوں کے سائز، اور

www.ilmkidunya.com

جس کے بارے میں فوری پیغام یا ای میل بھیج سکتی ہے۔
جس کے بارے میں فوری پیغام یا ای میل بھیج سکتی ہے۔
جس کے بارے میں فوری پیغام یا ای میل بھیج سکتی ہے۔

- (ii) اضافی عملے کی ضرورت کم کر کے اخراجات کم کرتا ہے۔
گاہکوں کو بروقت اپ ڈیٹ بھیجتا ہے، جس سے مصروفیت بہتر ہوتی ہے۔
مکوشش کے ساتھ وسیع تر سامعین تک پہنچنے میں مدد کرتا ہے۔
کمپنی کے نتائج کو ٹریک کرتا ہے تاکہ دیکھا جاسکے کہ کیا بہتر کام کرتا ہے۔

حل مشقی سوالات

تجزیاتی سوالات

- i۔ Intellectual Property کی ایک مثال کون سی ہے؟
(ب) برانڈ کالوگو (Logo) (ج) خام مال (د) دفتر کا کرایہ
- ii۔ قانون یورپی یونین میں ذاتی ڈیٹا کی حفاظت کرتا ہے؟
(ب) (GDPR) جی ڈی پی آر (د) (Cybercrime Act) سائبر کرائم ایکٹ
- iii۔ کون سی دستاویز درکار ہے؟
(ب) پروڈکٹ کی خریداری کا ثبوت (د) سوشل میڈیا پروفائل لنک
- iv۔ ناقص پرائیویسی کا ایک خطرہ ہے؟
(ب) سائبر بُلنگ (Bullying) (د) اشتہارات کی کم لاگت
- v۔ ذاتی معلومات کی ذمہ داری کی ایک مثال ہے؟
(ب) ملازم کا شناختی کارڈ نمبر (ج) اسٹور کھلنے کے اوقات (د) ویب سائٹ تقسیم کاری
- vi۔ A conflict of interest ہوتا ہے جب:
(ب) ذاتی فائدہ کاروباری فیصلے کو متاثر کرے (د) کسٹمرز فیڈ بیک دیتے ہیں
- vii۔ Ethics کا حصہ ہے؟
(ب) کسٹمر ڈیٹا کو احترام کے ساتھ محفوظ رکھنا (د) آن لائن موجودگی سے گریز کرنا
- viii۔ CRM ٹول ہے؟
(ب) Zoho (د) Canva
- (ن) گوگل میپس (Google Maps)

-ix مندرجہ ذیل میں سے کون سا ٹول مارکیٹنگ آنومیشن کے لیے استعمال ہوتا ہے؟

(الف) میل جی مپ (Mailchimp) (ب) پاور پوائنٹ

(ج) ایم ایس ورڈ (د) پینٹ

-x مارکیٹنگ میں، آر او آئی (RoI) کا مطلب ہے:

(الف) سرمایہ کاری پر واپسی (ب) معلومات کی شرح (ج) ایم ایس ورڈ (د) پینٹ

جوابات

i - ب ii - ب iii - ج iv - ج v - ب vi - ب vii - ب viii - ب ix - الف x - الف

مختصر سوالات

1- ڈیجیٹل دنیا میں کاپی رائٹ تخلیق کاروں کی حفاظت کیسے کرتا ہے؟

جواب: اصل تخلیقی کاموں جیسے کتابوں، گانوں، کمپیوٹر پروگراموں، یا ڈرائنگز کا تحفظ کرتا ہے۔

• آئی پی او پاکستان کے تحت کاپی رائٹ آفس میں درخواست دیں۔

• کام کی تفصیلات، اس بات کا ثبوت کہ آپ نے اسے تخلیق کیا، اور کام کی ایک کاپی بھیجیں۔

کاپی رائٹ خود بخود واپس وقت سے مایا جاتا ہے جب کام تخلیق ہو جاتا ہے، لیکن رجسٹریشن مضبوط قانونی تحفظ فراہم کرتی ہے۔

2- پینٹ (Patent) اور ٹریڈ مارک (Trademark) میں فرق واضح کریں۔

جواب:

پینٹ	ٹریڈ مارک
نئی ایجادات، عمل، یا ٹیکنالوجیکل مصنوعات کا تحفظ کرتا ہے۔	برانڈ کی شناخت جیسے نام، لوگو، اور علامتوں کا تحفظ کرتا ہے۔
دوسروں کو ایجاد بنانے یا بیچنے سے روکنے کا حق دیتا ہے۔	ایک کاروبار کی مصنوعات یا خدمات کو دوسرے سے ممتاز کرتا ہے۔
عام طور پر درخواست کی تاریخ سے 20 سال تک رہتا ہے۔	غیر معینہ مدت تک رہ سکتا ہے، بشرطیکہ یہ تجارت میں استعمال ہو اور تجدید ہوتا رہے۔

3- ڈیٹا پرائیویسی کی تعریف کریں۔

جواب: ڈیٹا پرائیویسی قوانین وہ ضوابط ہیں جو کاروباروں کے ذریعے جمع کی گئی ذاتی معلومات، جیسے نام، پتے، فون نمبر، یا ایوانگی کی تفصیلات کا تحفظ کرتے ہیں۔

4- کاروبار میں اخلاقی فیصلہ سازی کی ایک مثال دیں۔

جواب: اخلاقی فیصلہ سازی کا مطلب کاروبار میں ایسے انتخاب کرنا ہے جو منصفانہ، ایماندار، اور ذمہ دارانہ ہوں۔ یہ صحیح کام کرنے کے بارے میں ہے، چاہے دوسرا راستہ آسان یا زیادہ منافع بخش کیوں نہ ہو۔

مثال: اگر ایک دکان کا مالک دوسرے بہتر مند کو گولڈ کوڈرخواست دے گا موقع دے بغیر اپنے کزن کو نوکری پر رکھ لے، تو یہ نا انصافی ہے۔ منصفانہ اور اخلاقی طریقہ یہ ہے کہ سب کو درخواست دینے دیا جائے، ان کی مہارتوں کو جانچا جائے، اور پھر اس شخص کو رکھا جائے جو نوکری کے لیے بہترین ہو۔

5- کاروباری فیصلوں میں ایمان داری کیوں ضروری ہے؟

جواب: کاروبار میں ایمان داری اہم ہے کیونکہ:

اس کی فیصلہ سازی کی پیروی کرتا ہے وہ گناہوں، ملازمین، اور کمیونیٹی سے عزت اور اعتماد حاصل کرتا ہے۔

میں نے ہمیشہ آسان راستہ نہیں چننا، لیکن یہ وہ راستہ ہے جو کامیاب رہا۔ بارہا کوئی پختہ کاری کے ساتھ بڑھنے میں مدد دیتا ہے۔

ہم کرتے ہیں، اور معاشرے میں مثبت ایج برقرار رکھنا ہے۔

تجربہ کاروں کا مقصد بیان کریں۔

مارکیٹنگ کا مطلب قیاس آرائی کے بجائے حقائق، اعداد و شمار، اور تجزیے پر مبنی مارکیٹنگ کے لیے کرنا ہے۔ کاروبار گاہکوں،

سیکرٹریکارڈز سے معلومات جمع کرتے ہیں تاکہ مؤثر مہمات کی منصوبہ بندی کر سکیں اور ترقی کر سکیں۔

تجربہ کس چیز کی شناخت میں مدد کرتا ہے؟

یہ کارہ پاروں کو ان کی موجودہ صورتحال کو سمجھنے اور مستقبل کے لیے عقلمندی سے منصوبہ بندی کرنے میں مدد کرتا ہے۔

تعمین کرنے کا مقصد واضح کریں۔

میں ایک آن لائن کمپنیوں کی دکان تین ماہ کے اندر فی شرٹ کی فروخت میں 20% اضافہ کرنے کا ہدف رکھتی ہے۔ وہ

خیر و راحت ہونے والی فی شرف کی تعداد، ویب سائٹ وزٹ، اور گاہکوں کے جائزوں کا استعمال کرتے ہوئے پیش رفت کو

—

جس نے وہ چپ پڑی کے عمل کی وضاحت کریں۔

(Structured problem-solving) سے مسئلہ حل کرنا

مارکیٹ یا ٹیکنالوجی میں تبدیلی کا جواب دینا: کاروباری ماحول تیزی سے بدلتا ہے۔ نئے گاہکوں کی ضروریات، مقابلہ کنندگان، یا ٹیکنالوجیز کسی بھی وقت ظاہر ہو سکتی ہیں۔ ایک کاروبار جو ان تبدیلیوں کے مطابق ڈھل جاتا ہے اسے کامیابی کا بہتر موقع ملتا ہے۔

مثال: ایک دکان جو جب گاہک آن لائن شاپنگ کو ترجیح دیتے ہیں تو ہوم ڈیلیوری شروع کر دیتی ہے۔

تاکامی سے بحالی (Setbacks Recovery)

کسی بھی کاروبار میں غلطیاں، ناکامیاں، یا نقصان ہو سکتے ہیں۔ ایک پلکار کاروبار سیٹ بیک کو قبول کرتا ہے، اس سے سیکھتا ہے، اور بہتری کے لیے سخت محنت کرتا ہے۔

مثال: اگر ایک بیکری کو ڈائٹے کے بارے میں شکایات موصول ہوں تو وہ اپنی ترکیب بہتر کر سکتی ہے، نیا ورژن جانچ سکتی ہے، اور گاہکوں کو دوبارہ آزمائش کی دعوت دے سکتی ہے۔

2- اخلاقی کاروباری طریقوں اور ڈیجیٹل اخلاقیات پر ایک نوٹ لکھیں۔

جواب: کاروبار میں اخلاقیات کا مطلب اخلاقی اصولوں کی پیروی کرنا اور وہ کرنا جو صحیح، منصفانہ، اور ایماندار ہو۔

اہمیت: ڈیجیٹل دور میں، کاروباروں کو یقینی بنانا ہوگا کہ ان کے فیصلے، مارکیٹنگ، اور آن لائن سرگرمیاں قانون اور گاہکوں کے حقوق دونوں کا احترام کریں۔ اخلاقی طور پر عمل درآمد کرنا ہے اور کاروبار کو ذمہ دارانہ طریقے سے بڑھنے میں مدد کرتا ہے۔

اخلاقی فیصلہ سازی:

اخلاقی فیصلہ سازی کا مطلب کاروبار میں ایسے انتخاب کرنا ہے جو منصفانہ، ایماندار، اور ذمہ دارانہ ہوں۔ یہ صحیح کام کرنے کے بارے میں ہے، چاہے دوسرا راستہ آسان یا زیادہ منافع بخش کیوں نہ ہو۔

اخلاقی فیصلہ سازی کے فوائد:

- ایک کاروبار جو اخلاقی فیصلہ سازی کی پیروی کرتا ہے وہ گاہکوں، ملازمین، اور کمیونٹی سے عزت اور اعتماد حاصل کرتا ہے۔
- اخلاقی فیصلہ سازی ہمیشہ آسان راستہ نہیں ہوتا، لیکن یہ وہ راستہ ہے جو کاروبار کو دیانتداری کے ساتھ بڑھنے میں مدد دیتا ہے۔
- وفادار گاہک رکھتا ہے، اور معاشرے میں مثبت امیج برقرار رکھتا ہے۔

ڈیجیٹل اخلاقیات:

ڈیجیٹل اخلاقیات کا مطلب انٹرنیٹ اور ڈیجیٹل ٹولز کا ذمہ داری اور احترام کے ساتھ استعمال کرنا ہے۔ کاروبار گاہکوں کی معلومات کو محفوظ رکھتے ہیں، درست تفصیلات فراہم کرتے ہیں، اور آن لائن شاپنگ سے بات چیت کرتے ہیں۔ گاہک بھی اصولوں کی پیروی کرتے ہیں، دوسروں کے ساتھ احترام کرتے ہیں، اور نقصان دہ اقدامات سے بچتے ہیں۔ کاروبار واضح اصول طے کر کے اور ہر سانی یا فتنہ گردی کے خلاف فوری کارروائی کر کے محفوظ آن لائن جگہیں برقرار رکھتے ہیں۔

ذمہ دارانہ مارکیٹنگ:

ذمہ دارانہ مارکیٹنگ کا مطلب مصنوعات اور خدمات کو ایماندارانہ اور منصفانہ طریقے سے فروغ دینا، گاہکوں کو درست اور مکمل معلومات فراہم کرنا، اور جھوٹے وعدوں سے بچنا ہے۔ یہ نقطہ نظر گاہکوں کو باخبر فیصلے کرنے میں مدد کرتا ہے اور کاروبار میں اعتماد پیدا کرتا ہے۔

- ہر کاروباری اشتہار میں سچی اور واضح معلومات پیش کی جانی چاہیے، بغیر مبالغہ آرائی یا پوشیدہ شرائط کے جو گاہکوں کو گمراہ کر سکیں۔
- جب کوئی کاروبار ذاتی ڈیٹا اکٹھا کرتا ہے تاکہ بدنی اشتہارات دکھائے، تو کاروبار کو گاہکوں سے واضح اجازت لینی ہوگی اور یہ بتانا ہوگا کہ معلومات کس طرح استعمال ہوں گی۔

3- بحث کریں کہ CRM (Customer Relationship Management) صارفین کو برقرار رکھنے میں مدد کرتے ہیں۔

جواب: CRM گاہکوں کے ساتھ تمام تجارتی تعلقات کو ایک طریقے سے تاکہ اعتماد بنایا جاسکے اور طویل مدتی تعلقات قائم کیے جاسکیں۔ ایک اچھا CRM طریقہ کار دہار کو اپنے گاہکوں کو بہتر طور پر سمجھنے اور ان کی زیادہ تر ضروریات کو سمجھنے میں مدد کرتا ہے۔

CRM ٹولز کیسے کام کرتے ہیں؟

مثال: اسلام آباد میں ایک کھیلوں کی دکان Zoho CRM کا استعمال کرتے ہوئے گاہکوں کے نام، رابطے کی تفصیلات، جو توں کے سائز، اور خریداری کی تاریخ کو ایک نظام میں محفوظ کرتی ہے۔ جب کوئی نیا کھیلوں کا جو اس سائز میں آتا ہے جو گاہک عام طور پر خریدتا ہے، تو دکان انہیں اس کے بارے میں فوری پیغام یا ای میل بھیج سکتی ہے۔

4- مارکیٹنگ آٹومیشن کی وضاحت کریں اور چھوٹے کاروباروں کے لیے اس کے فوائد بیان کریں۔

مارکیٹنگ آٹومیشن:

مارکیٹنگ آٹومیشن کا مطلب مارکیٹنگ کے کاموں کو خود کار طریقے سے سنبھالنے کے لیے خصوصی سافٹ ویئر کا استعمال کرنا ہے، بغیر ہر قدم کو دستی طور پر کرنے کی ضرورت کے۔ یہ کاروباروں کو وقت بچانے، زیادہ مؤثر طریقے سے کام کرنے، اور گاہکوں سے جڑے رہنے میں مدد کرتا ہے۔

مثالیں:

- ای میل چپ خود بخود نئے گاہکوں کو خوش آمدیدی ای میل بھیج سکتا ہے، خصوصی پیشکشیں بھیج سکتا ہے، اور سوشل میڈیا پر اپ ڈیٹس پوسٹ کر سکتا ہے۔
- بھاپات گاہک کی سرگرمی کو ٹریک کر سکتا ہے، فالو اپ پیغامات بھیج سکتا ہے، اور مارکیٹنگ کی کارکردگی پر رپورٹیں بنا سکتا ہے۔

چھوٹے کاروباروں کے لیے فوائد:

- معمول کے کاموں کو خود کار کر کے وقت بچاتا ہے۔
- اضافی عملے کی ضرورت کم کر کے اخراجات کم کرتا ہے۔
- گاہکوں کو بروقت اپ ڈیٹ بھیجتا ہے، جس سے مصروفیت بہتر ہوتی ہے۔
- کم کوشش کے ساتھ وسیع تر سامعین تک پہنچنے میں مدد کرتا ہے۔
- مہم کے نتائج کو ٹریک کرتا ہے تاکہ دیکھا جاسکے کہ کیا بہتر کام کرتا ہے۔

پیئرنگ سکیم / امتحانی پرچہ کمپیوٹر سائنس اینڈ انٹریپرائز شپ

برائے جماعت دہم (X) کی تیاری کے

کمپیوٹر سائنس اینڈ انٹریپرائز شپ برائے جماعت دہم (X) کا پرچہ 50 نمبروں پر مشتمل ہوگا۔ پرچہ 30 حصوں (حصہ معروضی، حصہ مختصر سوالات اور حصہ تفصیلی سوالات) پر مشتمل ہوگا۔ حصہ معروضی طرز (کثیر الانتخابی سوالات) 10 نمبروں پر مشتمل ہوگا اور اس کا وقت 15 منٹ ہوگا۔ انشائی طرز دو حصوں (مختصر سوالات اور تفصیلی سوالات) پر مشتمل ہوگا۔ یہ حصہ 40 نمبر کا ہوگا اور اس کے لیے 1 گھنٹہ 45 منٹ کا وقت مختص ہوگا۔ پرچہ مرتبین درج ذیل ہدایات کو ملحوظ رکھیں:-

معروضی طر (کثیر الانتخابی سوالات)	سوال نمبر 1: مکمل کتاب میں سے 10 کثیر الانتخابی سوالات کے جوابات درکار ہوں گے۔ باب نمبر 1, 3, 4, 5, 6 اور 8 میں سے ایک ایک سوال پوچھا جائے گا۔ باب نمبر 2 اور 7 میں سے دو، دو سوالات پوچھے جائیں گے۔	$1 \times 10 = 10$
انشائی طرز	مختصر سوالات پرچہ میں مکمل کتاب میں سے مختصر سوالات کے حامل 30 سوالات (* سوال نمبر 2, 3 اور 4) ہوں گے۔	
	سوال نمبر 2: اس سوال کے تحت، طلبہ دیے گئے 2 مختصر سوالات میں سے کوئی سے 4 سوالات کے جوابات تحریر کریں گے۔ وضاحت: باب نمبر 1 میں سے 1، باب نمبر 2 میں سے 2 اور باب نمبر 3 میں سے 3 سوالات کا انتخاب کیا جائے۔	$2 \times 4 = 8$
	سوال نمبر 3: اس سوال کے تحت، طلبہ دیے گئے 6 مختصر سوالات میں سے کوئی سے 4 سوالات کے جوابات تحریر کریں گے۔ وضاحت: باب نمبر 4 میں سے 2، اور باب نمبر 5 میں سے 4 سوالات کا انتخاب کیا جائے۔	$2 \times 4 = 8$
	سوال نمبر 4: اس سوال کے تحت، طلبہ دیے گئے 6 مختصر سوالات میں سے کوئی سے 4 سوالات کے جوابات تحریر کریں گے۔ وضاحت: باب نمبر 6 میں سے 2، باب نمبر 7 میں سے 2 اور باب نمبر 8 میں سے 2 سوالات کا انتخاب کیا جائے۔	$2 \times 4 = 8$
تفصیلی سوالات	اس حصے کے تحت 30 تفصیلی سوالات دیے جائیں گے جن میں سے کوئی 20 سوالات کے جوابات درکار ہوں گے۔ وضاحت: سوال نمبر 5: باب نمبر 1 میں سے 1 سے 1 سوال کا انتخاب کیا جائے گا۔ سوال نمبر 6: باب نمبر 4 میں سے 1 سوال کا انتخاب کیا جائے گا۔ سوال نمبر 7: باب نمبر 6 یا 8 میں سے 1 سوال منتخب کیا جائے گا۔	$2 \times 8 = 16$

نوٹ: ہر سوال کے چار ممکنہ جوابات A, B, C اور D دیے گئے ہیں۔ جو انتخاب آپ کے خیال میں درست ہے، اس سوال کے سامنے والے دائرے کو مار کر پانچن کی سیاحی سے بھریں۔ دو یا دو سے زیادہ دائروں کو کاٹنے یا بھرنے کی صورت میں جواب غلط تصور ہوگا۔ درست آپشن کا انتخاب کریں۔

(i) مٹی یوزر انوائزمنٹ میں OS جتنی بڑا ہے:

- (a) مساوی استعمال اور بڑا پرائیویسی
(b) تمام یوزر یکساں پرائیویسی فائل شیئر کرتے ہیں۔
(c) ہارڈ ویئر کبھی استعمال نہیں ہوتا
(d) انٹرنیٹ کی سپیڈ بڑھ جاتی ہے۔

(ii) پاور آن سیلف ٹیسٹ (POST) کہا جاتا ہے:

- (a) سسٹم کو بند کرتے وقت
(b) لاگ ان کے بعد
(c) سسٹم آن کرتے وقت
(d) کوئی سافٹ ویئر انسٹال کرتے وقت

(iii) وڈو ویڈیو فرام کرتا ہے:

- (a) فائل شیئرنگ
(b) ڈسک فارمیٹنگ
(c) میوزک پلے بیک
(d) فائل شیئرنگ

(iv) ان میں سے کونسا آپریٹنگ سسٹم میں قوت نہی کے لیے استعمال کیا جاتا ہے:

- (a) *
(b) **
(c) *
(d) #

(v) پانچھن میں لسٹ کے آخر پر ایک آئیٹم بڑھانے کے لیے ان میں سے کون سا طریقہ استعمال کیا جاتا ہے:

- (a) insert()
(b) append()
(c) add()
(d) extend()

(vi) بہت سے طلباء کی رائے لینے کے لیے بہترین طریقہ کون سا ہے؟

- (a) IoT ڈیوائسز
(b) سروے
(c) ویب سیکرپنگ
(d) ڈیٹا مین

(vii) سپروائزرنگ میں ڈیٹا ہوتا ہے:

- (a) غیر منظم
(b) بغیر کسی جواب کے
(c) درست جواب کے لیبلز کے ساتھ
(d) صرف ٹیکسٹ کی بنیاد پر

(viii) AI مخفف ہے:

- (a) Automatic Intelligence
(b) Artificial Intelligence
(c) Active Interface
(d) Applied Information

(ix) فیکٹریز میں روبوٹس کا کیا کردار ہے؟

- (a) ویڈیو ڈیکٹنا
(b) ویب سائٹ بنانا
(c) خطرناک یا دوہرائے جانے والے کام کرنا
(d) کامیاب لکھنا

(x) ٹریڈ مارک کو رجسٹر کروانے کے لیے کون سا ڈاکومنٹ درکار ہوتا ہے؟

- (a) بینک شیڈنٹ
(b) پراڈکٹ کی خریداری کا ثبوت
(c) بزنس کے نام اور لوگوں کی کاپی
(d) پروڈکٹس کا لنک

انشائی طرز (حصہ اول)

وقت: 1:45 گھنٹے

(2×4=8)

- کل نمبر: 50
- سوال 2: کوئی سے چار (4) سوالات کے مختصر جوابات تحریر کریں؟
- (i) آپریٹنگ سسٹم (OS) کس طرح یوزر اور ہارڈ ویئر کے مابین مترجم کا کردار ادا کرتا ہے؟
- (ii) ورچوئل میموری ریم سے ست رفتار کیوں ہے؟
- (iii) باقاعدگی سے ڈسک کلین اپ چلانے کے دو فوائد تحریر کریں۔
- (iv) پائٹھن ڈیپنٹ انوائئرمنٹ سیٹ اپ کرنا کیوں اہم ہے؟ (v) پائٹھن میں ویری ایبلز کو نام دینے کے کوئی سے دو قوانین تحریر کریں۔
- (vi) پائٹھن میں آرٹھیٹک اور لاجیک آپریٹرز میں فرق بیان کریں۔
- سوال 3: کوئی سے چار (4) سوالات کے مختصر جوابات تحریر کریں:
- (2×4=8)

- (i) if-else، سینٹ، if-else سینٹ سے کیسے مختلف ہے؟
- (ii) پائٹھن لسٹس میں append آپریشن کا کیا مقصد ہے؟
- (iii) ڈیٹا سائنس کے حقیقی دنیا میں کوئی سے دو اطلاقی تحریر کریں۔
- (iv) ڈیٹا کو استعمال سے قبل ویلیڈیٹ کرنا کیوں ضروری ہے؟
- (v) ڈیٹا اکٹھا کرنے کے لیے درست سوڈس کے انتخاب کی اہمیت بیان کریں۔
- (vi) بذریعہ چارٹس ڈیٹا ویزولائزنگ کا کیا مقصد ہے؟
- سوال 4: کوئی سے چار (4) سوالات کے مختصر جوابات تحریر کریں:
- (2×4=8)
- (i) سپروائزڈ لرننگ کس طرح کام کرتی ہے؟
- (ii) AI کو بہت زیادہ مقدار میں اچھی کوالٹی کا ڈیٹا کیوں درکار ہوتا ہے؟
- (iii) نیچرل لینگویج پروسیسنگ (NLP) کا کردار بیان کریں۔
- (iv) AI سسٹمز میں BIAS سے کیا مراد ہے؟
- (v) برنس میں اخلاقی فیصلہ سازی کی ایک مثال دیں۔
- (vi) SWOT تجزیہ کاری کس چیز کی شناخت میں مدد کرتی ہے؟

انشائی طرز (حصہ دوم)

نوٹ: کوئی سے دو سوالات کے تفصیلی جوابات تحریر کریں:

- سوال 5: آپریٹنگ سسٹم کے آرکیٹیکچر کو تفصیل سے بیان کریں۔
- سوال 6: 1 سے 20 کے درمیان طاق اعداد بذریعہ لوپ پرنٹ کروانے کے لیے پائٹھن پروگرام تحریر کریں۔
- سوال 7: مسائل کو حل کرنا اور اڈاپٹ ملٹی کے پراسس کی وضاحت کریں۔