



Principles of Marketing



প্রথম অধ্যায় : বাজারজাতকরণের মৌলিক ধারণা

ক) অতি সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

১. বাজারজাতকরণ কাকে বলে?
২. চতুর্থ শিল্প বিপ্লব কী?
৩. বিক্রয় সেবা দান কাকে বলে?
৪. বিজ্ঞাপন কাকে বলে?

খ) সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

৫. প্রয়োজন, অভাব ও চাহিদার মাঝে সম্পর্ক কী?
৬. ক্রেতা এবং ভোক্তার মধ্যে পার্থক্য কী?

গ) রচনামূলক প্রশ্ন

৭. বাজারজাতকরণ কার্যাবলী বর্ণনা কর।
৮. বাজারজাতকরণ কী—ব্যাখ্যা কর।



দ্বিতীয় অধ্যায় : বাজারজাতকরণ তথ্য ও কৌশল

ক) অতি সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

১. এস.ডব্লিউ.ও.টি (SWOT) কী?
২. বাজারজাতকরণের সেভেন পি (7P) এর ভূমিকা কী?
৩. সেবা কাকে বলে?
৪. পণ্য কাকে বলে?

খ) সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

৫. পণ্য বলতে কী বুঝায়?
৬. মার্কেটিং মিশ্রণ (Marketing Mix) বলতে কী বুঝায়?
৭. সেবার বৈশিষ্ট্যগুলো উল্লেখ কর।

গ) রচনামূলক প্রশ্ন

৮. বাজারজাতকরণের সেভেন পি (7P) এর বর্ণনা দাও।
৯. বাজারজাতকরণের দৃষ্টিকোণ থেকে SWOT বিশ্লেষণ আলোচনা কর।

তৃতীয় অধ্যায় : বাজার পরিবেশ ও আন্তর্জাতিক পরিবেশ

ক) অতি সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

১. বাহ্যিক পরিবেশের উপাদানগুলো কী কী?
২. আন্তর্জাতিক বাজার বলতে কী বুঝায়?
৩. অর্থনৈতিক পরিবেশ বলতে কী বুঝায়?
৪. বাহ্যিক পরিবেশ কাকে বলে?

খ) সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

৫. বাজারজাতকরণ পরিবেশ বলতে কী বুঝায়?
৬. মধ্যস্থকারীরা কীভাবে বাজারজাতকরণের ওপর প্রভাব বিস্তার করে?

গ) রচনামূলক প্রশ্ন

৭. আন্তর্জাতিক বাজারে প্রবেশের কৌশলসমূহ বর্ণনা কর।
৮. বাহ্যিক বাজারজাতকরণ পরিবেশের উপাদানগুলো আলোচনা কর।

চতুর্থ অধ্যায় : পণ্য ও সেবা বাজারজাতকরণ

ক) অতি সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

১. পণ্যচক্র কাকে বলে?
২. সেবা কাকে বলে?
৩. পণ্য কাকে বলে?

খ) সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

৪. পণ্য ও সেবার মধ্যে পার্থক্য লেখ।
৫. বাট্টা (Discount) কীভাবে ক্রেতাকে পণ্য ক্রয়ে আগ্রহী করে তোলে?

গ) রচনামূলক প্রশ্ন

৬. চিত্রসহ পণ্যের জীবনচক্রের স্তর ও ধাপগুলো বর্ণনা কর।

পঞ্চম অধ্যায় : বণ্টন কৌশল

ক) অতি সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

১. মধ্যস্থ ব্যবসায়ী কাকে বলে?

২. পাইকারি ব্যবসায়ী কাকে বলে?

৩. এজেন্ট বা ডিলার কাকে বলে?

খ) সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

৪. পণ্য বণ্টন প্রণালী বলতে কী বুঝায়?

৫. ভোগ্য পণ্য ও শিল্প পণ্যের মধ্যে পার্থক্য কী?

৬. বণ্টন প্রণালীর পাঁচটি উদ্দেশ্য লেখ।

গ) রচনামূলক প্রশ্ন

৭. আধুনিক বাজারজাতকরণে বণ্টন প্রণালীর প্রয়োজনীয়তা আলোচনা কর।

ষষ্ঠ অধ্যায় : বাজার বিভক্তিকরণ, টার্গেটিং ও অবস্থান গ্রহণ

ক) অতি সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

১. পজিশনিং কাকে বলে?

২. রিপজিশনিং কাকে বলে?

৩. মার্কেট পজিশন কাকে বলে?

৪. ডিপজিশনিং কাকে বলে?

খ) সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

৫. বাজার বিভক্তিকরণ কাকে বলে?

৬. মার্কেট টার্গেটিং কাকে বলে?

৭. মার্কেট টার্গেটিং ও মার্কেট পজিশনিং-এর মধ্যে পার্থক্য দেখাও।

গ) রচনামূলক প্রশ্ন

৮. ভোক্তা বাজার বিভক্তিকরণের ভিত্তিসমূহ সমালোচনামূলকভাবে আলোচনা কর।

সপ্তম অধ্যায় : প্রমোশন ও মূল্য নির্ধারণ

ক) অতি সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

১. প্রমোশন কাকে বলে?
২. প্রচার কাকে বলে?
৩. মূল্য কাকে বলে?
৪. পেনিট্রেশন প্রাইসিং কাকে বলে?
৫. সি.এম.আর (CMR) কী?
৬. বিজ্ঞাপনের সংজ্ঞা দাও।

খ) সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

৭. মূল্য নির্ধারণ কৌশল বলতে কী বোঝায়?
৮. বাজারজাতকরণ প্রমোশন কাকে বলে?
৯. প্রচার বলতে কী বুঝায়?

গ) রচনামূলক প্রশ্ন

১০. প্রমোশনের গুরুত্ব উল্লেখ কর।
১১. নতুন পণ্যের মূল্য নির্ধারণের কৌশল আলোচনা কর।

অষ্টম অধ্যায় : ব্র্যান্ডিং-এর মৌলিক বিষয়

ক) অতি সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

১. ব্র্যান্ডিং কী ও কাকে বলে?
২. লোগো বলতে কী বুঝায়?
৩. ট্রেডমার্ক কী?

খ) সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

৪. ক্রেতার নিকট ব্র্যান্ডিংয়ের গুরুত্ব উল্লেখ কর।
৫. বিক্রেতার নিকট ব্র্যান্ডিংয়ের গুরুত্ব উল্লেখ কর।

গ) রচনামূলক প্রশ্ন

৬. ব্র্যান্ডিংয়ের প্রয়োজনীয়তা আলোচনা কর।
৭. ব্র্যান্ড গঠন প্রক্রিয়ার ধাপগুলো বর্ণনা কর।

নবম অধ্যায় : ভোক্তার আচরণ

ক) অতি সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

১. ভোক্তার আচরণ বলতে কী বুঝায়?
২. ভোক্তা কাকে বলে?
৩. অভ্যন্তরীণ উদ্দীপক কাকে বলে?

৪. বাহ্যিক উদ্দীপক কাকে বলে?
৫. মূল্য কীভাবে ভোক্তার আচরণকে প্রভাবিত করে?
৬. সি.এ.বি (CAB) এর পূর্ণরূপ কী?

খ) সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

৭. ক্রয় প্রক্রিয়ার ধাপগুলো উল্লেখ কর।

গ) রচনামূলক প্রশ্ন

৮. ক্রয় প্রক্রিয়ার ধাপগুলো বর্ণনা কর।
৯. ভোক্তার আচরণের বৈশিষ্ট্যগুলো বর্ণনা কর।

দশম অধ্যায় : অনলাইন ও নেতৃত্বিক বিপণন অনুশীলনী

ক) অতি সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

১. সি.এস.আর (CSR) কী?
২. অনলাইন বাজারজাতকরণ কী?
৩. বাজারজাতকরণ নেতৃত্বিকতা কী?
৪. ভার্চুয়াল মার্কেটিং কী?

খ) সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন

৫. গ্রিন মার্কেটিং-এর প্রধান ক্ষেত্রগুলো উল্লেখ কর।
৬. সমাজ ও রাষ্ট্রের প্রতি ব্যবসায়ের দায়িত্ব উল্লেখ কর।
৭. ব্যবসায়ের সামাজিক দায়বদ্ধতার ধারণা দাও।
৮. গ্রিন মার্কেটিং বলতে কী বুঝায়?

গ) রচনামূলক প্রশ্ন

৯. ব্যবসায়ের সামাজিক দায়িত্বগুলো বর্ণনা কর।
১০. গ্রিন মার্কেটিং-এর বৈশিষ্ট্যগুলো আলোচনা কর।

* Thank you!