

বাজারজাতকরণ নীতিমালা

বিবিএস প্রোগ্রাম

কোর্স কোড BBS 2505



ওপেন স্কুল

বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়

বাজারজাতকরণ নীতিমালা

বিবিএস প্রোগ্রাম

রচনায়

প্রফেসর ড. মোঃ সেলিম রেজা
মাসুদ মোহাম্মদ পারভেজ

সম্পাদনায়

মোঃ জাহিদ হোসেন

সমন্বয়কারী

মাসুদ মোহাম্মদ পারভেজ



ওপেন স্কুল

বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়

বাজারজাতকরণ নীতিমালা

বিবিএস প্রোগ্রাম

PRINCIPLES OF MARKETING

BBS PROGRAMME

ওপেন স্কুল

বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়

গাজীপুর-১৭০৫।

প্রকাশ কাল

মে : ২০০৮

প্রচ্ছদ

কাজী সাইফুদ্দীন আব্বাস

কম্পিউটার কম্পোজ এবং ডেস্কটপ প্রসেসিং

মোঃ সিদ্দিকুল ইসলাম

প্রচ্ছদ গ্রাফিক্স

আব্দুল মালেক

প্রকাশনায়

প্রকাশনা, মুদ্রণ ও বিতরণ বিভাগ

বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়

গাজীপুর-১৭০৫।

© ওপেন স্কুল, বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়

মুদ্রণ

বিজনেস প্রিন্টিং এন্ড প্যাকেজিং

৭ পদ্মনিধি লেন

ঢাকা-১১০০।

PRINCIPLES OF MARKETING, A 5 credit course book for the BBS Programme. **Written by** Professor Dr. Md. Selim Reza, Masud Muhammad Parvez. **Course Co-ordinator** : Masud Muhammad Parvez. This book has been published by the recommendation of a referee who reviewed the book anonymously.

ISBN 984-34-3094-8

সূচিপত্র

ইউনিট এক : বাজারজাতকরণ পরিচিতি	১-২২
পাঠ ১ : বাজারজাতকরণের আওতা ও প্রকৃতি.....	২
পাঠ ২ : বাজারজাতকরণের গুরুত্ব ও কার্যাবলি.....	৯
পাঠ ৩ : বাজারজাতকরণ ব্যবস্থাপনার দর্শনসমূহ.....	১৫
ইউনিট দুই : বাজারজাতকরণ পরিবেশ	২৩-৪২
পাঠ ১ : বাজারজাতকরণ পরিবেশ.....	২৪
পাঠ ২ : ব্যক্তিক পরিবেশ.....	৩০
পাঠ ৩ : সামষ্টিক পরিবেশ.....	৩৬
ইউনিট তিন : বাজারজাতকরণ ও সমাজ	৪৩-৫০
পাঠ ১ : বাজারজাতকরণের সামাজিক দায়-দায়িত্ব.....	৪৪
ইউনিট চার : বাজার ও বাজার বিভাজকরণ	৫১-৬০
পাঠ ১ : বাজারের সংজ্ঞা, বৈশিষ্ট্য ও শ্রেণীবিভাগ.....	৫২
পাঠ ২ : বাজার বিভাজকরণ সংজ্ঞা ও ভিত্তিসমূহ.....	৫৫
পাঠ ৩ : বাজার বিভাজকরণের সুবিধা / উপকারিতা সফল বাজার বিভাজকরণের শর্তসমূহ.....	৫৮
ইউনিট পাঁচ : ভোক্তা বাজার এবং ভোক্তার ক্রয় আচরণ	৬১-৮৬
পাঠ ১ : ভোক্তার ক্রয় আচরণ.....	৬২
পাঠ ২ : ভোক্তার আচরণে প্রভাববিস্তারকারী উপাদান.....	৬৭
পাঠ ৩ : ভোক্তার সিদ্ধান্ত গ্রহণ প্রক্রিয়া.....	৭৪
পাঠ ৪ : পণ্যের গ্রহণ প্রক্রিয়া.....	৮১
ইউনিট ছয় : সাংগঠনিক ক্রেতার আচরণ	৮৭-১০৬
পাঠ ১ : সাংগঠনিক বাজার.....	৮৮
পাঠ ২ : শিল্পীয় ক্রেতার আচরণ.....	৯৪
পাঠ ৩ : শিল্প পণ্যের ক্রেতার ক্রয় সিদ্ধান্ত.....	১০১
ইউনিট সাত : বাজারজাতকরণ গবেষণা ও তথ্য ব্যবস্থা	১০৭-১২৪
পাঠ ১ : বাজারজাতকরণ তথ্য ব্যবস্থার প্রকৃতি ও পদ্ধতি.....	১০৮
পাঠ ২ : বাজারজাতকরণ গবেষণা.....	১১৫
পাঠ ৩ : বাজারজাতকরণ গবেষণা প্রক্রিয়া.....	১২১
ইউনিট আট : পণ্য সিদ্ধান্ত ও ব্যবস্থাপনা	১২৫-১৩৬
পাঠ ১ : পণ্য ও সেবা.....	১২৬
পাঠ ২ : নতুন পণ্য.....	১২৯
পাঠ ৩ : পণ্যের জীবন চক্র.....	১৩২
ইউনিট নয় : মূল্য নির্ধারণ নীতি ও কৌশল	১৩৭-১৪৬
পাঠ ১ : পণ্য মূল্য নির্ধারণ.....	১৩৮
পাঠ ২ : পণ্যের মূল্য নির্ধারণ পদ্ধতি.....	১৪১

ইউনিট দশ : বণ্টন প্রণালী ও মধ্যস্থকারবারী	১৪৭-১৭৬
পাঠ ১ : বণ্টন প্রণালীর প্রকৃতি	১৪৮
পাঠ ২ : প্রণালীর নকশা প্রণয়ন সিদ্ধান্ত	১৫৮
পাঠ ৩ : মধ্যস্থকারবারী : পাইকারি ও খুচরা বিক্রেতা	১৬৬
ইউনিট এগার : প্রসার ব্যবস্থাপনা	১৭৭-১৮৮
পাঠ ১ : প্রসারের প্রকৃতি	১৭৮
পাঠ ২ : বিজ্ঞাপনের প্রকৃতি	১৮০
পাঠ ৩ : ব্যক্তিক বিক্রয়	১৮৩
পাঠ ৪ : বিক্রয় প্রসার, প্রচার ও জনসংযোগ.....	১৮৫
ইউনিট বার : সমবায় বাজারজাতকরণ	১৮৯-১৯৮
পাঠ ১ : সমবায় বাজারজাতকরণের সংজ্ঞা ও বৈশিষ্ট্য	১৯০
পাঠ ২ : সমবায় বাজারজাতকরণের ভূমিকা, গুরুত্ব এবং সুবিধা.....	১৯৪
ইউনিট তের : আন্তর্জাতিক বাজারজাতকরণ	১৯৯-২১২
পাঠ ১ : আন্তর্জাতিক বাজারজাতকরণ প্রকৃতি	২০০
পাঠ ২ : আন্তর্জাতিক বাজারজাতকরণের দিকসমূহ	২০৬
নমুনা প্রশ্ন :	২১৩