

বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়
উচ্চ মাধ্যমিক সার্টিফিকেট প্রোগ্রাম
উৎপাদন ব্যবস্থাপনা ও বিপণন
দ্বিতীয় পত্র (বিপণন)

কোর্স কোড: HSC-2888

পরিশিষ্ট-১ঃ পরিভাষা, মান বন্টন, সৃজনশীল প্রশ্নাবলি এবং বহুনির্বাচনী অভীক্ষা

পরিভাষা (Terminology)

ইউনিট-০১: বিপণন পরিচিতি

বিপণন	:	পণ্য ও সেবার সৃষ্টি ও বিনিময়ের ব্যবস্থাকীয় ও সামাজিক প্রক্রিয়া।
প্রয়োজন	:	কোনকিছু প্রাপ্তি থেকে বঞ্চিত মনে করার অনুভূতি।
চাহিদা	:	প্রয়োজন পূরণের আর্থিক সামর্থ্য।
ভোক্তা	:	পণ্য বা সেবা ভোগকারী বা ব্যবহারকারী।
ক্রেতা	:	পণ্য বা সেবা মূল্য পরিশোধ করে ক্রয়কারী।
উপযোগ	:	মানুষের অভাব পূরণের ক্ষমতা।
অভাব	:	সংস্কৃতি ও ব্যক্তিত্ব দ্বারা প্রভাবিত প্রয়োজন।
বাজার	:	পণ্যের বর্তমান ও সম্ভাব্য ক্রেতার সমষ্টি।
বিক্রয়	:	পণ্যের মালিকানা হস্তান্তরের প্রক্রিয়া।
স্বত্বগত উপযোগ	:	বিপণনে পণ্য মালিকানা হস্তান্তরের কারণে সৃষ্টি হয়।
স্থানগত উপযোগ	:	বিপণনে পণ্য পরিবহনের মাধ্যমে সৃষ্টি হয়।
সময়গত উপযোগ	:	বিপণনে পণ্য মজুদকরণে সহায়তা করে সৃষ্টি হয়।

ইউনিট-০২: বিপণন পরিবেশ

পরিবেশ	:	কাজের উপর প্রভাব রয়েছে এমন সকল বাহ্যিক শক্তি।
বিপণন পরিবেশ	:	প্রতিষ্ঠানের কাজে প্রত্যক্ষ ও পরোক্ষভাবে প্রভাব বিস্তারকারী সকল উপাদান।
ব্যাপ্তিক পরিবেশ	:	বিপণনে সকল নিয়ন্ত্রণযোগ্য উপাদান।
সাম্প্রতিক পরিবেশ	:	বিপণনে সকল অনিয়ন্ত্রণযোগ্য উপাদান।
কোম্পানি	:	আইনগত উপায়ে সৃষ্ট ব্যবসায় প্রতিষ্ঠান।
প্রতিযোগী	:	সমজাতীয় পণ্যের বিক্রয়কারী।
জনগোষ্ঠী	:	কোম্পানির কাজে প্রভাব বিস্তারকারী জনগণ।
আন্তঃসম্পর্ক	:	কোম্পানির বিভিন্ন বিভাগের সাথে যোগাযোগ স্থাপন।

ইউনিট-০৩: বিপণন কার্যাবলী

পর্যায়িতকরণ	:	পূর্বনির্ধারিত মানের ভিত্তিতে পণ্যের শ্রেণিবিভাগ।
প্রমিতকরণ	:	পণ্যের মানের সীমানা নির্ধারণ।
মোড়কিকরণ	:	পণ্য রক্ষায় ব্যবহৃত বাহ্যিক আবরণ।
গুদামজাতকরণ	:	পণ্য সংরক্ষণের ব্যবস্থা।
প্রকৃত ক্রেতা	:	বর্তমান সময়ে যে ক্রেতার কাছে পণ্যের চাহিদা আছে।
সম্ভাব্য ক্রেতা	:	ভবিষ্যতে যে ক্রেতার কাছে পণ্যের চাহিদা হতে পারে।

ইউনিট-০৪: বাজার বিভাজিকরণ ও বিপণন মিশ্রণ

ভোক্তা বাজার	:	পণ্যের চূড়ান্ত ব্যবহারকারীদের নিয়ে গঠিত বাজার।
শিল্প বাজার	:	পুনঃ উৎপাদন, প্রক্রিয়াকরণ ও পুনঃ বিক্রয়ের জন্য যারা পণ্য ক্রয় করে, তাদের বাজার।

সরকারি বাজার	:	সরকারি তত্ত্বাবধানে পণ্য ও সেবা ক্রয় করা হয় যে বাজারে।
বাজার বিভক্তিকরণ	:	নির্দিষ্ট বৈশিষ্ট্য অনুযায়ী বাজারকে ছোট ছোট অংশে ভাগ করাকে বুঝায়।
বাজার পরিমাপযোগ্যতা	:	বাজারের আয়তন ও অন্যান্য উপাদান পরিমাপের মাত্রা।
বাজার প্রবেশযোগ্যতা	:	বাজার অংশে কার্যকরভাবে প্রবেশের অবস্থা।
বাজার পর্যাণতা	:	সম্ভাব্য ও প্রকৃত ক্রেতার সম্ভাষণজনক সংখ্যা।
বিপণন মিশ্রণ	:	পণ্য, মূল্য, প্রসার ও বন্টনের সমন্বয়।

ইউনিট-০৫: পণ্য ও পণ্যের মূল্য নির্ধারণ

পণ্য	:	দৃশ্যমান ও অদৃশ্যমান যেসব বস্তু মানুষের প্রয়োজন পূরণে সক্ষম।
ভোগ্য পণ্য	:	চূড়ান্ত ভোগের উপযোগী পণ্য।
শিল্প পণ্য	:	চূড়ান্ত ভোগে ব্যবহৃত না হয়ে বরং ভোগ্য পণ্য উৎপাদনের কাজে ব্যবহৃত হয়।
সেবা	:	অদৃশ্যমান যা মানুষের প্রয়োজন পূরণে সক্ষম।
শপিং পণ্য	:	পূর্ব পরিকল্পনা করে যে পণ্য ক্রয় করা হয়।
পণ্যের জীবনচক্র	:	জীবনকালের ভিত্তিতে পণ্যকে বিভিন্ন স্তরে বিভক্ত করাকে বুঝায়।
পণ্য মূল্য	:	পণ্য বা সেবার আর্থিক মূল্যায়ন।
ভারসাম্য বিন্দু	:	নির্দিষ্ট সময়ের একক প্রতি বিক্রয়ের যে বিন্দুতে লাভ বা ক্ষতি হয় না।
স্থির ব্যয়	:	উৎপাদনের হ্রাস বা বৃদ্ধিতে যে ব্যয় অপরিবর্তনশীল থাকে।
পরিবর্তনশীল ব্যয়	:	উৎপাদনের হ্রাস বা বৃদ্ধিতে যে ব্যয় পরিবর্তিত হয়।

ইউনিট-০৬: পণ্য বন্টন প্রণালী

বন্টন প্রণালী	:	উৎপাদিত পণ্য উৎপাদক থেকে ক্রেতা বা ভোক্তার কাছে পৌঁছানোর ব্যবস্থা।
মধ্যস্থ ব্যবসায়ী	:	উৎপাদনকারী ও ক্রেতা বা ভোক্তার মধ্যে সেতু বন্ধনকারী।
প্রতিনিধি	:	যে নিজের নামে মধ্যস্থ ব্যবসায় না করে অন্যান্য ব্যবসায়ীদের মাঝে যোগাযোগ স্থাপন করে।
নিলামদার	:	যে উৎপাদনকারী ও বিক্রেতার মাঝে নিলাম ডাকের মাধ্যমে পণ্য বিক্রয় করে।
জবার	:	যে উৎপাদনকারী ও বিক্রেতার মাঝে অবস্থান করে বিক্রয় কাজে সহায়তা করে।
দালাল	:	ক্রেতা ও বিক্রেতার মধ্যে সংযোগ সৃষ্টির মাধ্যমে লেনদেনের চুক্তি সম্পাদনে সহায়তাকারী।

ইউনিট-০৭: পাইকার ও খুচরা ব্যবসায়

পাইকারী ব্যবসায়	:	যে ব্যবসায়ের মাধ্যমে উৎপাদনকারী পণ্য খুচরা বিক্রেতার কাছে পৌঁছে দেওয়া হয়।
খুচরা ব্যবসায়	:	যে ব্যবসায়ের মাধ্যমে পাইকার থেকে পণ্য চূড়ান্ত ভোক্তার কাছে পৌঁছে দেওয়া হয়।
মার্চেন্ট পাইকার	:	যে পাইকার নিজস্ব অর্থায়নে মূলধন বিনিয়োগ করে ব্যবসায় করে।
নগদ পাইকার	:	যে খুচরা ব্যবসায়ীদের নিকট নগদে পণ্য বিক্রয় করে।
বিপণিমালা	:	সংগঠনভিত্তিক খুচরা ব্যবসায়।

ইউনিট-০৮: বিক্রয় প্রসার ও বিজ্ঞাপন

বিপণন প্রসার	:	বিজ্ঞাপন, ব্যক্তিক বিক্রয়, বিক্রয় প্রসার, প্রচার ও জনসংযোগের সমষ্টি।
বিক্রয় প্রসার	:	বিক্রয় বৃদ্ধির স্বল্পকালীন প্রসারমূলক পদক্ষেপ।
জনসংযোগ	:	পণ্য ও প্রতিষ্ঠানের বিশেষ ভাবমূর্তি সৃষ্টি করার প্রসারমূলক কার্যক্রম।
বিজ্ঞাপন	:	নির্দিষ্ট উদ্যোক্তা কর্তৃক প্রচারিত নৈর্ব্যক্তিক উপস্থাপনা।
প্রচার	:	পরোক্ষভাবে পণ্য বা সেবার অনুকূল উপস্থাপনা।

ইউনিট-০৯: ব্যক্তিক বিক্রয় ও বিক্রয়িকতা

ব্যক্তিক বিক্রয়	:	পণ্য বা সেবার মৌখিক উপস্থাপনা।
বিক্রয়কর্মী	:	যে ব্যক্তি বিক্রয় প্রচেষ্টা চালায়।
মৌখিক উপস্থাপনা	:	ভাষা ও শারীরিক অঙ্গ-ভঙ্গির মাধ্যমে কোন বিষয়ে তথ্য আদান-প্রদান।
বিক্রয়িকতা	:	পণ্য ক্রয় করতে উদ্বুদ্ধ করার জন্য ব্যবহৃত কৌশল।

ইউনিট-১০: বিপণনে সমসাময়িক বিষয়াবলি

প্রত্যক্ষ বিপণন	:	ক্রেতা- বিক্রেতার সাথে সরাসরি যোগাযোগের বিপণন ব্যবস্থা।
অনলাইন বিপণন	:	ইলেক্ট্রনিক ডিভাইস ও ইন্টারনেট ব্যবহার করে বিপণন ব্যবস্থা।
পরিকল্পিত বিপণন ব্যবস্থা	:	প্রয়োজনীয় সকল পণ্যের সমাবেশ ও আধুনিক সুযোগ সুবিধা সহ বিপণি বিতান।
চেইন স্টোর	:	একই মালিকানাধীন বিভিন্ন এলাকায় স্থাপিত খুচরা বৃহদায়তন ব্যবসায়।
ডিপার্টমেন্ট স্টোর	:	প্রচুর বৈচিত্র্যময় পণ্যের সমাবেশ নিয়ে খুচরা ব্যবসায়।
সুপার মার্কেট	:	পণ্যসামগ্রীকে বিন্যাস করে বৃহদায়তন খুচরা ব্যবসায়।
গ্রিন মার্কেটিং	:	পরিবেশের সাথে সংশ্লিষ্ট বিপণন ব্যবস্থা।

উৎপাদন ব্যবস্থাপনা ও বিপণন**দ্বিতীয় পত্র (বিপণন)**

কোর্স কোড: HSC-2888

মানবন্টন : পূর্ণমান ১০০

১. সৃজনশীল প্রশ্ন (কাঠামোবদ্ধ)	:	৬০ নম্বর (৬×১০=৬০)
২. বহুনির্বাচনি প্রশ্ন	:	৪০ নম্বর (৪×১০=৪০)
১০০ নম্বর		

- প্রতিটি সৃজনশীল প্রশ্নের নম্বর ১০ এবং প্রতিটি বহুনির্বাচনি প্রশ্নের নম্বর ১।
- সৃজনশীল প্রশ্ন: সৃজনশীল অংশে মোট ৯টি প্রশ্ন থাকবে এবং উত্তর দিতে হবে মোট ৬টি প্রশ্নের।
- বহুনির্বাচনি প্রশ্ন: ৪০টি বহুনির্বাচনি প্রশ্ন থাকবে, সব কয়টি প্রশ্নের উত্তর দিতে হবে।

সৃজনশীল প্রশ্নপত্রের সাধারণ কাঠামো

এতে প্রতিটি প্রশ্নের শুরুতে একটি দৃশ্যকল্প বা উদ্দীপক (Stem) থাকবে যা হতে পারে একটি সাধারণ সূচনা বক্তব্য, চার্ট, সমীকরণ, চিত্র, গ্রাফ ইত্যাদি। দৃশ্যকল্প বা উদ্দীপকের শেষে ৪টি প্রশ্ন থাকবে।

প্রশ্ন ৪টির নম্বর বন্টন হবে নিম্নরূপ:

- (ক) প্রশ্নের মান থাকবে ১
- (খ) প্রশ্নের মান থাকবে ২
- (গ) প্রশ্নের মান থাকবে ৩
- (ঘ) প্রশ্নের মান থাকবে ৪

প্রতিটি প্রশ্নের এই ৪টি অংশের মোট নম্বর হবে ১০।

সৃজনশীল প্রশ্নাবলি (নমুনা প্রশ্ন)

সময়: ২ ঘন্টা ১০ মিনিট

পূর্ণমান- ৬০

[বিশেষ দ্রষ্টব্য: দক্ষিণ পাশের সংখ্যা প্রশ্নের পূর্ণমান জ্ঞাপক। সকল প্রশ্নের মান সমান। প্রদত্ত উদ্দীপকগুলো মনোযোগ সহকারে পড়ুন এবং প্রশ্নগুলোর উত্তর দিন। যে কোন ছয়টি প্রশ্নের উত্তর দিন।]

	নম্বর
১। দিনাজপুরের কৃষকরা এ বছর দু'দফা বন্যায় বোরো ধান চাষ করে ব্যাপক ক্ষতির মুখে পড়ে। এ ক্ষতি পুষিয়ে নেওয়ার জন্য ধান গবেষণা ইন্সটিটিউট গবেষণা করে উচ্চ ফলনশীল ধানের চারা দিনাজপুরের কৃষকদের বিতরণ করে। কৃষকরা ধানের ফলন দেখে আশা করছে বোরো ধানের ক্ষতি আমন ধানের ফলন দিয়ে পুষিয়ে যাবে।	
ক. কোম্পানি কী?	১
খ. বিপণনের কোন পরিবেশ অনিয়ন্ত্রণযোগ্য? ব্যাখ্যা করুন।	২
গ. উদ্দীপকে উল্লিখিত দিনাজপুরের কৃষকরা বোরো ধান চাষ করে সামষ্টিক পরিবেশের কোন উপাদানের প্রভাবে ক্ষতির মুখে পড়ে? ব্যাখ্যা করুন।	৩
ঘ. উদ্দীপকে উল্লিখিত কৃষকরা আমন চাষে ক্ষতি পুষিয়ে নিতে পারা সামষ্টিক পরিবেশের কোন উপাদানের প্রভাব বলে তোমার মনে হয় যুক্তি দিন।	৪
২। নাটোরের বড়াই গ্রামের চাষিরা আপেল কুল চাষ করে। তাদের এবার প্রচুর কুল উৎপাদন হয়। তারা আশেপাশের এলাকাতে সেগুলো বিক্রি করে। কিন্তু বেশি দাম পায়না। তারা চিন্তা করে তাদের একটি পিকআপ ভ্যান থাকলে ঢাকা বাজারগুলোতে কুল বিক্রি করে বেশি লাভবান হতে পারে।	
ক. বিপণন কী?	১
খ. বিপণন বৃহদায়তন উৎপাদনে সহায়তা করে - ব্যাখ্যা করুন।	২
গ. উদ্দীপকে চাষিদের পিকআপ ভ্যান ক্রয়ের চিন্তা বিপণনের কোন মৌলিক ধারণার সাথে সম্পৃক্ত? ব্যাখ্যা করুন।	৩
ঘ. “মার্কেটিং সুপ্ত অর্থনৈতিক শক্তি বিকশিত করে’ উদ্দীপকের আলোকে বিশ্লেষণ করুন।	৪
৩। রাসেল ও সীমা দুইজনই ডাক্তার। তাদের একমাত্র মেয়ের বিয়ে। এই উপলক্ষে তারা ময়মনসিংহ থেকে কেনাকাটা করার জন্য ঢাকার যমুনা ফিউচার পার্কে গিয়ে বিয়ের যাবতীয় কেনাকাটা করে। এখানে যাবতীয় অত্যাধুনিক সুবিধা তারা পায়। ক্রেডিট কার্ডের মাধ্যমে গহনার বিল ১ লক্ষ টাকা পরিশোধ করে। যমুনা ফিউচার পার্কেই একটি খাবার দোকানে তারা দুপুরের খাবার খায়। তারপর বিকেলে তারা ময়মনসিংহের উদ্দেশ্যে ঢাকা থেকে রওনা দেয়।	
ক. প্রত্যক্ষ বিপণন কী?	১
খ. গ্রিন মার্কেটিং পরিবেশ বান্ধব পণ্য উৎসাহিত করে - ব্যাখ্যা করুন।	২
গ. উদ্দীপকে রাসেল ও সীমা কোন ধরনের বিপণিতে গিয়েছিল? ব্যাখ্যা করুন।	৩
ঘ. উদ্দীপকে উল্লিখিত বিপণিতে আর কোন ধরনের সুবিধা ভোগ করতে পারবে আপনার মনে হয় যুক্তি দিন।	৪
৪। পাপড়ি ফ্যাশন ভারতের, থাইল্যান্ডের হালফ্যাশনের শিশু পোশাক আমদানি করেন। আমদানিকৃত পোশাকসমূহ গুণগতমানে ও ডিজাইনে অনন্য। তারা টিভিতে অনলাইনে তাদের পণ্যের বিজ্ঞাপন ও মূল্য ছাড়ের ঘোষণা দেন।	
ক. 4P কী?	১

- খ. শিল্পবাজারের সদস্য সংখ্যা কম- ব্যাখ্যা করুন। ২
- গ. উদ্দীপকে উল্লিখিত “পাপড়ি ফ্যাশন” কোন বাজারে পোশাক বিক্রি করে? সেই বাজারের বৈশিষ্ট্য ব্যাখ্যা করুন। ৩
- ঘ. উদ্দীপকে পাপড়ি ফ্যাশানের কার্যক্রম বিপণন মিশ্রণের আলোকে মূল্যায়ন করুন। ৪
- ৫। বড় বাজারের ইলিয়াস আলী একজন ইলিশ বিক্রেতা। তিনি পদ্মার ইলিশ, চট্টগ্রামের ইলিশ সংগ্রহ করে নির্দিষ্ট জায়গায় সংরক্ষণ করেন। পরবর্তীতে বড় ইলিশ পদ্মার ১০০০ টাকা ছোট ইলিশ পদ্মার ৬০০ টাকা। চট্টগ্রামের বড় ইলিশ ৭০০ টাকা আর চট্টগ্রামের ইলিশ ৩০০ টাকা দরে বিক্রি করেন। এতে ব্যবসায়ের সফলতা অর্জন করেন।
- ক. ক্রয় কী? ১
- খ. বিপণনের সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ কাজ কোনটি? ব্যাখ্যা করুন। ২
- গ. উদ্দীপকে জনাব ইলিয়াস আলী বিপণনের কোন কোন কার্যাবলি সম্পাদন করে? ব্যাখ্যা করুন। ৩
- ঘ. উদ্দীপকের জনাব ইলিয়াস আলীর কার্যাবলি ব্যবসায়ের সাফল্যে কতখানি যৌক্তিক? মতামত দিন। ৪
- ৬। “রেড কাউ” একটি গুঁড়া দুধ উৎপাদনকারী প্রতিষ্ঠান। এই দুধ বিক্রির জন্য সানোয়ারা কর্পোরেশন কাজ করে। সানোয়ারা কর্পোরেশনের কাছ থেকে পার্থ রেড কাউ দুধ ক্রয় করে ময়মনসিংহের বিভিন্ন খুচরা দোকানে বিক্রি করে।
- ক. ফরিয়া কী? ১
- খ. মার্চেন্ট মধ্যস্থ ব্যবসায়ী কারা? ব্যাখ্যা করুন। ২
- গ. উদ্দীপকে উল্লিখিত সানোয়ারা কর্পোরেশন কোন ধরনের মধ্যস্থ ব্যবসায়ী? ব্যাখ্যা করুন। ৩
- ঘ. উদ্দীপকে উল্লিখিত বণ্টন প্রণালি কয়স্তর বিশিষ্ট? চিত্রসহ দীর্ঘ হওয়ার কারণ বিশ্লেষণ করুন। ৪
- ৭। ABC একটি মোবাইল কোম্পানি। এ কোম্পানি কাস্টোমার কেয়ার সেন্টারের জন্য বিক্রয়কর্মী নিয়োগের সময় স্বাস্থ্য, চেহারা, কণ্ঠ, স্মার্ট, মার্জিত আদব-কায়দা, স্নায়বিক অভ্যাস ইত্যাদি বিষয় বিবেচনা করে। বিক্রয়কর্মীরা সুন্দরভাবে ক্রেতাদের সুবিধা-অসুবিধাগুলো বিবেচনা করে। ক্রেতার বিক্রয়কর্মীর ব্যবহারে সন্তুষ্ট। এতে প্রতিষ্ঠানটি সাফল্য পাচ্ছে।
- ক. বিক্রয়িকতা কী? ১
- খ. বিপণন প্রসারের দ্বি-মুখী যোগাযোগ প্রক্রিয়া কোনটি? ব্যাখ্যা করুন। ২
- গ. উদ্দীপকে উল্লিখিত প্রতিষ্ঠানটি বিক্রয়কর্মীর কোন কোন গুণাবলি বিবেচনা করছে? ব্যাখ্যা করুন। ৩
- ঘ. উদ্দীপকে উল্লিখিত বিক্রয় কর্মীর গুণাবলি শিক্ষালব্ধ না জন্মগত? বিশ্লেষণ করুন। ৪
- ৮। নাটোরের বড়াই গ্রামের চাষিরা আপেল কুল চাষ করে। তাদের এবার প্রচুর কুল উৎপাদন হয়। তারা আশেপাশের এলাকাতে সেগুলো বিক্রি করে। কিন্তু বেশি দাম পায়না। তারা চিন্তা করে তাদের একটি পিকআপ ভ্যান থাকলে ঢাকা বাজারগুলোতে কুল বিক্রি করে বেশি লাভবান হতে পারে।
- ক. বিপণন কী? ১
- খ. বিপণন বৃহদায়তন উৎপাদনে সহায়তা করে – ব্যাখ্যা করুন। ২
- গ. উদ্দীপকে চাষিদের পিকআপ ভ্যান ক্রয়ের চিন্তা বিপণনের কোন মৌলিক ধারণার সাথে সম্পৃক্ত? ব্যাখ্যা করুন। ৩
- ঘ. “মার্কেটিং সুপ্ত অর্থনৈতিক শক্তি বিকশিত করে” উদ্দীপকের আলোকে বিশ্লেষণ করুন। ৪

- ৯। VIVO টেলিকমোনিকেশন কোম্পানি এবার ২০১৮ বিশ্বকাপের অফিসিয়াল স্পন্সর। তারা বিরাট আকৃতির বিলবোর্ডে "VIVO 2018 World Cup" লিখেছে। এই বিজ্ঞাপনটি বিশ্বকাপ শুরুর আগে থেকেই শুরু হয়ে গেছে। VIVO মোবাইল ক্রয় করা শুরু করেছে ক্রেতারা।
- ক. বিক্রয় প্রসার কী? ১
- খ. অর্থছাড়া নৈব্যক্তিক উপস্থাপনাকে কী বলে? ব্যাখ্যা করুন। ২
- গ. VIVO কোম্পানি বিজ্ঞাপনের কোন মাধ্যমটি ব্যবহার করেছে? ব্যাখ্যা করুন। ৩
- ঘ. উদ্দীপকে উল্লিখিত বিজ্ঞাপনের গুরুত্ব কতখানি? এর যৌক্তিকতা বিশ্লেষণ করুন। ৪

বহুনির্বাচনি অভীক্ষা

সময়: ৪০ মিনিট

পূর্ণমান- ৪০

[বিশেষ দৃষ্টব্য: প্রতিটি প্রশ্নের মান ১]

প্রশ্ন পত্রে কোনো প্রকার দাগ/চিহ্ন দেয়া যাবে না।

- ১। বিপণনের প্রধান উদ্দেশ্য হলো—
- i. মুনাফা অর্জন
ii. ক্রেতার সন্তুষ্টি অর্জন
iii. কার্যকরী উৎপাদন
নিচের কোনটি সঠিক?
- ক) i ও ii
খ) i ও iii
গ) ii ও iii
ঘ) i, ii ও iii
- ২। বাজার বলতে বোঝায়—
- ক) স্থানকে
খ) পণ্যকে
গ) ক্রেতাকে
ঘ) বিক্রেতাকে
- ৩। বিপণনের কাজ শুরু হয়—
- ক) বিক্রয়ের পূর্ব থেকে
খ) বিক্রয়ের পর থেকে
গ) উৎপাদনের পূর্ব থেকে
ঘ) উৎপাদনের পর থেকে
- ৪। চাহিদা বলতে বোঝায়—
- i. কোন কিছু পাওয়ার আকাঙ্ক্ষা
ii. উপযুক্ত অর্থ ব্যয় করার ইচ্ছা
iii. অর্থ ব্যয় করার সামর্থ্য
নিচের কোনটি সঠিক?
- ক) i ও ii
খ) i ও iii
গ) ii ও iii
ঘ) i, ii ও iii
- ৫। নিচের কোনটি ব্যক্তিক পরিবেশের উপাদান?
- ক) জনসংখ্যার বয়স কাঠামো
খ) অর্থসংস্থানকারী জনগোষ্ঠী
গ) জনগণের শিক্ষা ও পেশা
ঘ) কাঁচামালের ক্রমহাসমান যোগান
- ৬। নিচের কোনটি সামষ্টিক পরিবেশের উপাদান?
- ক) প্রাকৃতিক সম্পদ
খ) আন্তর্জাতিক বাজার
গ) প্রতিযোগী
ঘ) মিডিয়া জনগোষ্ঠী

- ৭। গুদামজাতকরণ কোন ধরনের উপযোগ সৃষ্টি করে?
 ক) রূপগত খ) স্বত্বগত
 গ) স্থানগত ঘ) সময়গত
- ৮। পণ্যকে বিভিন্ন বিভাগে ভাগ করার মৌলিক সীমা নির্ধারণকে কি বলে?
 ক) পর্যায়িতকরণ খ) প্রমিতকরণ
 গ) মান নির্ধারণ ঘ) বিভক্তিকরণ
- ৯। বিজ্ঞাপন হলো—
 i. একটি নৈর্ব্যক্তিক উপস্থাপনা
 ii. অর্থপ্রদত্ত কার্যক্রম
 iii. একমুখী যোগাযোগ ব্যবস্থা
 নিচের কোনটি সঠিক?
 ক) i ও ii খ) i ও iii
 গ) ii ও iii ঘ) i, ii ও iii
- ১০। কোন বাজারের ক্রেতারা চূড়ান্ত ব্যবহারের জন্য পণ্যদ্রব্য ক্রয় করে?
 ক) ভোক্তা খ) ব্যবসায়
 গ) শিল্প ঘ) সরকার

উদ্দীপকটি পড়ুন এবং ১১ ও ১২ নং প্রশ্নের উত্তর দিন।

মি. সাহীন গার্মেন্টস ব্যবসায়ী। তিনি তার পণ্য দেশের অভ্যন্তরে বিক্রি করেন। ক্রেতাদের আর্থিক অবস্থাকে বিবেচনা করে তিনি অভিজাত এলাকার জন্য যে ধরনের পণ্য সরবরাহ করেন অন্য এলাকায় তা করেন না। এক্ষেত্রে দু' এলাকার পণ্যমূল্যের মধ্যে পার্থক্য দেখা করা যায়।

- ১১। মি. সাহীন কিসের ভিত্তিতে বাজার বিভাজন করে?
 ক) ভৌগোলিক খ) জনমিতিক
 গ) মনস্তাত্ত্বিক ঘ) আচরণভিত্তিক
- ১২। মি. সাহীনের এক কাজটি কিরূপ গুরুত্ব বহন করে?
 ক) বিজ্ঞাপন খরচ হ্রাস করে খ) বিপণন কার্য সহজ করে
 গ) পণ্যমূল্য হ্রাস করে ঘ) বণ্টনপ্রণালি ছোট হয়
- ১৩। জীবন বিমা পলিসি কোন ধরনের পণ্য?
 ক) সুবিধা পণ্য খ) শপিং পণ্য
 গ) বিশিষ্ট পণ্য ঘ) অযাচিত পণ্য
- ১৪। পণ্যের জীবনচক্রের কোন স্তরে প্রতিযোগিতা সবচেয়ে বেশি?
 ক) পণ্য উন্নয়ন স্তর খ) প্রবৃদ্ধি স্তর
 গ) সূচনা স্তর ঘ) পূর্ণতা স্তর
- ১৫। পণ্যের মূল্য বৃদ্ধি পেলে যা ঘটে—
 i. চাহিদা হ্রাস পায়
 ii. যোগান বৃদ্ধি পায়
 iii. চাহিদা বৃদ্ধি পায়
 নিচের কোনটি সঠিক?
 ক) i ও ii খ) i ও iii
 গ) ii ও iii ঘ) i, ii ও iii

- ১৬। দায় গ্রাহক কোন ধরনের মধ্যস্থ ব্যবসায়ী?
 ক) বণিক মধ্যস্থ ব্যবসায়ী খ) প্রতিনিধি মধ্যস্থ ব্যবসায়ী
 গ) কার্যভিত্তিক মধ্যস্থ ব্যবসায়ী ঘ) বিবিধ মধ্যস্থ ব্যবসায়ী
- ১৭। চিংড়ি ব্যবসায়ী সুমন বিভিন্ন দেশে চিংড়ি রপ্তানির জন্য বিভিন্ন বন্দরে নিলয় ট্রেডার্সের সাহায্য নেন। নিলয় ট্রেডার্স কোন ধরনের মধ্যস্থ ব্যবসায়ী?
 ক) ক্লিয়ারিং এজেন্ট খ) ট্রাভেলিং এজেন্ট
 গ) ফরোয়ার্ডিং এজেন্ট ঘ) কমিশন এজেন্ট
- ১৮। জনাব কেরামত কোন ধরনের পাইকার?
 ক) আংশিক পাইকার খ) স্থানীয় পাইকার
 গ) রয়াক জবার ঘ) ড্রপ শিপারস
- ১৯। নিচের কোনটি মালিকানার ভিত্তিতে খুচরা ব্যবসায়?
 ক) সুপার মার্কেট খ) সুবিধা স্টোর
 গ) চেইন স্টোর ঘ) বহুশাখা বিপণি
- ২০। পণ্য সারিভিত্তিক খুচরা ব্যবসায় হলো—
 i. বাট্টা বিপণি
 ii. সুপার মার্কেট
 iii. বিভাগীয় বিপণি
 নিচের কোনটি সঠিক?
 ক) i ও ii খ) i ও iii
 গ) ii ও iii ঘ) i, ii ও iii

উদ্দীপকটি পড়ুন এবং ২১ নং প্রশ্নের উত্তর দিন।

মীনা এন্ড সন্স একটি পাইকারি-ব্যবসায় প্রতিষ্ঠান। এটি খুচরা ব্যবসায়ীদের কাছ থেকে অর্ডার সংগ্রহ করে উৎপাদনকারীর কাছে পাঠিয়ে গেলেন। এরপর উৎপাদনকারী ক্রেতাকে পণ্য সরবরাহ করেন। মীনা এন্ড সন্স নিজস্ব গুদামে পণ্য সংরক্ষণ করেন না।

- ২১। মীনা এন্ড সন্স কোন ধরনের ব্যবসায়ী?
 ক) ক্যাশ এন্ড ক্যারি পাইকার খ) ড্রপ শিপারস
 গ) ট্রাক পাইকার ঘ) রয়াক জবারস
- ২২। প্রচারের মাধ্যম কোনটি?
 ক) বিলবোর্ড খ) পোস্টার
 গ) সাময়িকী ঘ) পত্রিকায় সম্পাদকীয়
- ২৩। বিক্রয় প্রসারের সুবিধা হলো—
 i. তাত্ক্ষণিক পণ্য ক্রয়ে উৎসাহিতকরণ
 ii. নতুন পণ্যের প্রচলন
 iii. আন্তঃব্যক্তি সম্পর্ক স্থাপন
 নিচের কোনটি সঠিক?
 ক) i ও ii খ) i ও iii
 গ) ii ও iii ঘ) i, ii ও iii

উদ্দীপকটি পড়ুন এবং ২৪ ও ২৫ নং প্রশ্নের উত্তর দিন।

‘সীমা ফ্যাশন’ বাংলাদেশের একটি নতুন পোশাকের ব্র্যান্ড। বর্তমানে তাদের ঢাকার বসুন্ধরা ও ধানমন্ডিতে দুটি শো-রুম আছে। আসন্ন বড়দিনে বিক্রয় বৃদ্ধির লক্ষ্যে প্রতিষ্ঠানটি এলিফ্যান্ট রোডের মোড়ে একটি বিশাল বিলবোর্ডে পণ্যটি মডেলসহ উপস্থাপন করে। এর ফলে তাদের বিক্রয় বেড়ে যায়।

- ২৪। 'সীমা ফ্যাশন' কোন ধরনের বিক্রয় বৃদ্ধির কৌশল প্রয়োগ করেছেন?
 ক) বিক্রয় প্রসার
 খ) প্রচার
 গ) বিজ্ঞাপন
 ঘ) জনসংযোগ
- ২৫। বিক্রয়কর্মীর গৃহীত কলাকৌশল হলো—
 ক) ব্যক্তিক বিক্রয়
 খ) বিক্রয় প্রসার
 গ) বিক্রয়িকতা
 ঘ) ব্যক্তিগত উপস্থাপনা
- ২৬। নিচের কোনটি বিক্রয়কর্মীর নৈতিক গুণ?
 i. আনুগত্য
 ii. সরলতা
 iii. মার্জিত ব্যবহার
 নিচের কোনটি সঠিক?
 ক) i ও ii
 খ) i ও iii
 গ) ii ও iii
 ঘ) i, ii ও iii
- ২৭। ব্যক্তিক বিক্রয়ের মাধ্যম কোন ধরনের উপযোগ সৃষ্টি হয়?
 ক) সময়গত
 খ) স্থানগত
 গ) স্বত্বগত
 ঘ) তথ্যগত
- ২৮। প্রত্যক্ষ বিপণনের হাতিয়ার হলো—
 i. অনলাইন মার্কেটিং
 ii. টেলিমার্কেটিং
 iii. ডাটাবেজ মার্কেটিং
 নিচের কোনটি সঠিক?
 ক) i ও ii
 খ) i ও iii
 গ) ii ও iii
 ঘ) i, ii ও iii
- ২৯। বাটা কোম্পানি কোন ধরনের বিপণি?
 ক) বিভাগীয়
 খ) সুপার মার্কেট
 গ) বহুশাখা
 ঘ) শপিং মল
- ৩০। অনেকগুলো স্বতন্ত্র বিভাগ ও পৃথক পণ্য সারিযুক্ত বিপণিকে কী বলে?
 ক) পরিকল্পিত বিপণি
 খ) বিভাগীয় বিপণি
 গ) সুপার মল
 ঘ) শপিং মল

উদ্দীপকটি পড়ুন এবং ৩১ ও ৩২ নং প্রশ্নের উত্তর দিন।

'চাকরি মেলা' নামে একটি প্রতিষ্ঠান অনলাইনে চাকরি বিষয়ক তথ্য প্রদান করে থাকে। এতে করে বিভিন্ন কোম্পানি তাদের প্রয়োজনীয় কর্মী নিয়োগ সংক্রান্ত তথ্য প্রচারের 'চাকরি মেলা' ওয়েবসাইটকে ব্যবহার করে।

- ৩১। বিপণন পরিবেশের কোন উপাদানটি 'চাকরি মেলা'— কে প্রভাবিত করেন—
 ক) রাজনৈতিক পরিবেশ
 খ) প্রযুক্তিগত পরিবেশ
 গ) জনসংখ্যাগত পরিবেশ
 ঘ) সাংস্কৃতিক পরিবেশ

৩২। 'চাকরি মেলা' বিপণন পরিবেশের যে উপাদানের প্রভাবমুক্ত থাকবে—

- i. মধ্যস্থকারবারি
 ii. জনগোষ্ঠী
 iii. সরবরাহকারী
 নিচের কোনটি সঠিক?

- ক) i ও ii
 খ) i ও iii
 গ) ii ও iii
 ঘ) i, ii ও iii

৩৩। দিনাজপুরের উৎপাদিত লিচুকে বিভিন্ন আকৃতি অনুযায়ী সাজানোকে কী বলে?

- ক) প্রমিতকরণ
খ) পর্যায়িতকরণ
গ) মোড়কিকরণ
ঘ) একত্রীকরণ

৩৪। জনাব কবির একজন ইলেকট্রনিক্স পণ্যের ব্যবসায়ী। তিনি তার বিক্রীত পণ্যের সাথে ক্রেতাকে একটি ওয়োরেন্টি কার্ড প্রদান করে থাকে? জনাব কবিরের কাজকে বলে-

- ক) ফ্রি ডেলিভারি
খ) ভোক্তা সন্তুষ্টি
গ) মানের নিশ্চয়তা
ঘ) বিক্রয়োত্তর সেবা

৩৫। 'উত্তম ক্রয় বিক্রয়ের অর্ধেক' কারণ-

- i. প্রতিযোগিতা মোকাবেলা করা যায়
ii. পণ্যের উচ্চ মূল্য পাওয়া যায়
iii. পণ্য সহজে বিক্রয় হয়
নিচের কোনটি সঠিক?

- ক) i ও ii
খ) i ও iii
গ) ii ও iii
ঘ) i, ii ও iii

উদ্দীপকটি পড়ুন এবং ৩৬ ও ৩৭ নং প্রশ্নের উত্তর দিন।

জনাব মিঠুন একজন গাড়ি ব্যবসায়ী। তিনি ভোক্তাদের বৈশিষ্ট্য মূল্যায়নের মাধ্যমে জেনেছেন যে ঢাকা শহরের মানুষের ক্রয় ক্ষমতা বেশি। সেজন্য তিনি ঢাকা শহরে গাড়ির শো-রুম দিয়েছেন। কিন্তু লক্ষ করা গেল যে ঢাকা শহরে অন্য প্রতিষ্ঠানেরও শো-রুম আছে। তাই তিনি মূল্য নির্ধারণে ক্রয়মূল্য, পরিবহন খরচ এবং মুনাফার সমন্বয় ঘটান। এভাবে তিনি সফলতা লাভ করেছেন।

৩৬। উদ্দীপকটিতে জনাব মিঠুন বাজার বিভক্তিকরণের কোন চলকটি ব্যবহার করেছেন?

- ক) জাতি
খ) আয়
গ) পেশা
ঘ) শিক্ষা

৩৭। জনাব মিঠুনের সফলতার কারণ হলো-

- ক) চলমান হারে মূল্য নির্ধারণ
খ) দরপত্রভিত্তিক মূল্য নির্ধারণ
গ) মার্ক-আপ মূল্য নির্ধারণ
ঘ) ভ্যালুভিত্তিক মূল্য নির্ধারণ

উদ্দীপকটি পড়ুন এবং ৩৮ ও ৩৯ নং প্রশ্নের উত্তর দিন।

জনাব কাশেম একজন বড় পাইকার। তিনি নারায়ণগঞ্জ শিল্প এলাকায় অবস্থিত রড কারখানার থেকে রড সংগ্রহ করেন এবং বিভিন্ন নির্মাণ প্রকল্পে রড পৌঁছে দেন। বিনিময়ে জনাব কাশে কমিশন পান।

৩৮। জনাব কাশে কোন ধরনের পাইকারী ব্যবসায়?

- ক) ট্রাক পাইকার
খ) দালাল
গ) ড্রপ শিপারস্
ঘ) ইশল্ল পাইকার

৩৯। জনাব কাশেমের ব্যবসায়ের সুবিদাজনক দিক হলো-

- i. পণ্য গুদামজাতকরণ করতে হয় না
ii. পণ্যের মালিকানা গ্রহণ করা যায়
iii. ঝুঁকি গ্রহণ করতে হয় না
নিচের কোনটি সঠিক?

- ক) i ও ii
খ) i ও iii
গ) ii ও iii
ঘ) i, ii ও iii

৪০। বিপণনকারী কর্তৃক ভোক্তাদেরকে প্রদত্ত বিশেষ ধরনের প্রতিশ্রুতিকে কী বলে?

- ক) নমুনা বিতরণ
খ) প্রদর্শনী
গ) কুপন
ঘ) ছাড়