

বিপণন ব্যবস্থাপনা

Marketing Management

বিবিএ প্রোগ্রাম কোর্স কোড: OSBBA-2405

ওপেন স্কুল

Open School



বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়
BANGLADESH OPEN UNIVERSITY

বিপণন ব্যবস্থাপনা

Marketing Management

বিবিএ প্রোগ্রাম কোর্স কোড: OSBBA - 2405

প্রথম প্রকাশ: অক্টোবর, ২০২২

প্রচ্ছদ ও অলংকরণ

জাহেদ মাননান

ওপেন স্কুল, বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়

কম্পিউটার কম্পোজ

মোঃ সিদ্দিকুল ইসলাম

© ওপেন স্কুল, বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়

ISBN: 978-984-34-3208-4

প্রকাশনায়: প্রকাশনা, মুদ্রণ ও বিতরণ বিভাগ, বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়, গাজীপুর - ১৭০৫।
ওপেন স্কুল, বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয় কর্তৃক সর্বস্বত্ব সংরক্ষিত। বিনা অনুমতিতে যেকোন উপায়ে কপি, পুনঃ মুদ্রণ,
বিতরণ বা প্রচার আইনত দণ্ডনীয়।

OSBBA 2405
বিপণন ব্যবস্থাপনা
Marketing Management

কোর্স ডেভেলপমেন্ট টিম

রচনায়

কাজী শারমিন পামেলা

বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়
ও

ড. মোহাম্মদ আব্দুল্লাহ মাহফুজ
জগন্নাথ বিশ্ববিদ্যালয়

সম্পাদক

আদিবা আনিস

বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়

সমন্বয়কারী

কাজী শারমিন পামেলা

ওপেন স্কুল, বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়

বিঃদ্রঃ বাউবি'র ওপেন স্কুল-এর এমবিএ (বাংলা) প্রোগ্রামের “বিপণন ব্যবস্থাপনা” পাঠ্যবইকে ওপেন স্কুলের বিবিএ (বাংলা) প্রোগ্রামের সিলেবাস অনুযায়ী সংকলন (Customized) করে বিবিএ (বাংলা) প্রোগ্রামের জন্য “বিপণন ব্যবস্থাপনা” পাঠ্যবই হিসেবে গৃহীত হয়েছে।

এই বইটি রেফারি কর্তৃক নিরীক্ষণের পর বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়ের ওপেন স্কুলের এমবিএ প্রোগ্রাম-এর ছাত্র-ছাত্রীদের জন্য মুদ্রিত হয়েছে।

প্রিয় শিক্ষার্থীবৃন্দ, ওপেন স্কুল পরিচালিত বিবিএ প্রোগ্রামে আপনাকে স্বাগতম। আপনারা জানেন বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয় উন্মুক্ত ও দূরশিক্ষণ পদ্ধতিতে শিক্ষাদানকারী একমাত্র পাবলিক বিশ্ববিদ্যালয়। এ বিশ্ববিদ্যালয়ের মূল উদ্দেশ্য হলো দূরশিক্ষণ পদ্ধতি ব্যবহারের মাধ্যমে শিক্ষাদান করা। দূরশিক্ষণ পদ্ধতিতে শিক্ষক ও শিক্ষার্থীদের মাঝে সরাসরি শিক্ষাদান প্রক্রিয়া বিদ্যমান থাকে না। তাই প্রধানতঃ মুদ্রিত সামগ্রী ও শ্রবণ-দর্শন উপকরণ শিক্ষার্থীদের জন্য প্রধান সাহায্যকারী উপাদান হিসেবে ব্যবহৃত হয়। এ দিকটি বিবেচনা করে বিপণন ব্যবস্থাপনা বইটি স্ব-শিখন পদ্ধতিতে লেখা হয়েছে এবং লেখার সময় বাউবি'র নির্ধারিত কাঠামো অনুসরণ করা হয়েছে। বিপণন নীতি বইটির প্রতিটি ইউনিট এবং পাঠ সহজ ও বোধগম্য করে উপস্থাপনের লক্ষ্যে সহজ ভাষা ব্যবহার করা হয়েছে।

বিপণন ব্যবস্থাপনা বইটি পড়ার সময় আপনি অবশ্যই প্রতিটি ইউনিট এবং পাঠের প্রথম অংশ ভালোভাবে পড়বেন। সংশ্লিষ্ট পাঠে কি কি বিষয়ে পাঠদান করা হবে এবং আপনি কি কি জানতে পারবেন তা উল্লেখ রয়েছে। শিক্ষার্থীবৃন্দ, প্রথমে ভালোভাবে প্রতিটি পাঠের তত্ত্বীয় আলোচনা করবেন। প্রতিটি ইউনিটের শেষে ইউনিট উত্তর মূল্যায়ন অংশের সমাধানের চেষ্টা করবেন। যদি পাঠোত্তর সমস্যাগুলোর সমাধান সঠিকভাবে করতে না পারেন, তাহলে বুঝবেন আপনার ইউনিটটি আবার পড়ার প্রয়োজন রয়েছে। ইউনিটটি পুনরায় পড়ার পরেও যদি আপনি বুঝতে অসমর্থ হন, সেক্ষেত্রে আপনি প্রতি মাসের নির্ধারিত শুক্রবারে টিউটোরিয়াল কেন্দ্রে কর্তব্যরত টিউটরের সহায়তা নিতে পারেন। এছাড়াও, বিপণন ব্যবস্থাপনা বইটির গুরুত্বপূর্ণ পাঠসমূহের উপর টেলিভিশন ও বেতারে প্রচারিত অনুষ্ঠান থেকে পাঠের বিষয় শিখতে পারবেন। আপনার কোর্সের সাথে সংশ্লিষ্ট ভিডিও ও অডিও লেকচার সামগ্রী বাউবি'র ওয়েবসাইটে BOU Tube-এ আপলোড করা হয়েছে (ওয়েবসাইটের ঠিকানা: www.bou.edu.bd)। আপনি এগুলো ব্যবহার করে পাঠের প্রয়োজনীয় বিষয়গুলো জেনে নিতে পারেন। আরও জেনে রাখুন, বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়ের সকল মুদ্রিত/অমুদ্রিত বই ও শিক্ষার্থী-নির্দেশনাসহ অন্যান্য প্রয়োজনীয় পাঠসামগ্রী ই-বুক (E-BOOK) আকারে ওয়েবসাইটে পাওয়া যায়। আপনি মোবাইল, ল্যাপটপ, নোটপ্যাড বা কম্পিউটারে এগুলো ডাউনলোড করে ব্যবহার করতে পারেন। উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়ের প্রোগ্রাম, কোর্স, ভর্তি ও বিবিধ তথ্য গুগল স্টোরে/বাউবি ওয়েবসাইটে BOU APPS আইকনে পাবেন। ওয়েবসাইটে আরও দেখতে পাবেন OSAPS – ONLINE SERVICE AND PAYMENT SYSTEM নামক একটি আইকন। এটি ব্যবহার করে আপনি অনলাইনে সকল প্রকার ফি বিকাশের মাধ্যমে বাউবি অনলাইন একাউন্টে জমা দিতে পারবেন।

সকল শিক্ষার্থীর মঙ্গল কামনা করছি।

ইউনিট ১ : বিপণন ব্যবস্থাপনা পরিচিতি	১-১৬
পাঠ - ১.১ : বিপণন: গুরুত্ব ও আওতা	২-৫
পাঠ - ১.২ : বাজার ও বিপণনের মৌলিক ধারণাসমূহ	৬-৮
পাঠ - ১.৩ : বিপণন ব্যবস্থাপনা	৯-১২
পাঠ - ১.৪ : বিপণন চর্চার পরিবর্তনসমূহ ও বাংলাদেশ প্রেক্ষিত	১৩-১৫
ইউনিট ২ : বিপণন কৌশল ও পরিকল্পনা	১৭-৩৬
পাঠ - ২.১ : ক্রেতা ভ্যালু ও কৌশলগত পরিকল্পনা	১৮-২০
পাঠ - ২.২ : কর্পোরেট ও বিভাগীয় কৌশলগত পরিকল্পনা	২১-২৮
পাঠ - ২.৩ : ব্যবসায় একক কৌশলগত পরিকল্পনা	২৯-৩২
পাঠ - ২.৪ : বিপণন পরিকল্পনা	৩৩-৩৫
ইউনিট ৩ : বিপণন পরিবেশ, তথ্য সংগ্রহ ও চাহিদার পূর্বপরিকল্পনা	৩৭-৫০
পাঠ - ৩.১ : বিপণন পরিবেশ: ব্যষ্টিক ও সামষ্টিক	৩৮-৪০
পাঠ - ৩.২ : বিপণন তথ্য ব্যবস্থা	৪১-৪৪
পাঠ - ৩.৩ : সামষ্টিক পরিবেশ বিশ্লেষণ	৪৫-৪৭
পাঠ - ৩.৪ : বর্তমান ও ভবিষ্যৎ চাহিদা নির্ধারণ	৪৪-৪৯
ইউনিট ৪ : ভোক্তা বাজার বিশ্লেষণ	৫১-৬৬
পাঠ - ৪.১ : ভোক্তা আচরণ	৫২-৫৩
পাঠ - ৪.২ : ভোক্তা আচরণের প্রভাবকসমূহ	৫৪-৫৮
পাঠ - ৪.৩ : ভোক্তার ক্রয় সিদ্ধান্তগ্রহণ প্রক্রিয়া	৫৯-৬২
পাঠ - ৪.৪ : ভোক্তার ক্রয় সিদ্ধান্ত আচরণ	৬৩-৬৬
ইউনিট ৫ : ব্যবসায় বাজার বিশ্লেষণ	৬৭-৭৬
পাঠ - ৫.১ : বাজার ক্রেতার আচরণ	৬৮-৭০
পাঠ - ৫.২ : ব্যবসায় ক্রয় পরিস্থিতি ও ক্রয় প্রক্রিয়ায় অংশগ্রহণকারীরা	৭১-৭২
পাঠ - ৫.৩ : বাজার ক্রেতার ক্রয় সিদ্ধান্তগ্রহণ প্রক্রিয়া	৭৩-৭৫
ইউনিট ৬ : বাজার বিভক্তিকরণ ও লক্ষ্য বাজার নির্ধারণ	৭৭-৮৬
পাঠ - ৬.১ : বাজার বিভক্তিকরণ	৭৮-৮১
পাঠ - ৬.২ : লক্ষ্য বাজার নির্ধারণ	৮২-৮৫
ইউনিট ৭ : বাজার অবস্থান গ্রহণ ও ব্র্যান্ড প্রস্তুতকরণ	৮৭-৯৬
পাঠ - ৭.১ : বাজার অবস্থানগ্রহণ ও পৃথকীকরণ	৮৮-৮৯
পাঠ - ৭.২ : ব্র্যান্ড প্রস্তুতকরণ	৯০-৯২
পাঠ - ৭.৩ : ব্র্যান্ড অবস্থানগ্রহণ	৯৩-৯৫
ইউনিট ৮ : প্রতিযোগিতা মোকাবেলা	৯৭-১১০
পাঠ - ৮.১ : ক্রমবিকাশ কৌশল ও প্রতিযোগী বিশ্লেষণ	৯৮-১০০
পাঠ - ৮.২ : বাজার নেতার কৌশল	১০১-১০৪
পাঠ - ৮.৩ : বাজার প্রতিদ্বন্দ্বীর কৌশল	১০৫-১০৭
পাঠ - ৮.৪ : বাজার অনুসারী ও বাজার নিশার- এর কৌশল	১০৮-১০৯

ইউনিট ৯ : পণ্য ও সেবা কৌশল	১১১-১৩০
পাঠ - ৯.১ : পণ্য ও এর প্রকারভেদ	১১২-১১৫
পাঠ - ৯.২ : পণ্য সিদ্ধান্তসমূহ	১১৬-১১৭
পাঠ - ৯.৩ : পণ্য মিশ্রণ ও সারি সিদ্ধান্তসমূহ	১১৮-১২১
পাঠ - ৯.৪ : পণ্য জীবন চক্র ও বিপণন কৌশলসমূহ	১২২-১২৫
পাঠ - ৯.৫ : নতুন পণ্য ব্যবস্থাপনা	১২৬-১২৮
পাঠ - ৯.৬ : সেবা ব্যবস্থাপনা	১২৯-১২৯

ইউনিট ১০ : মূল্য নির্ধারণের কৌশলসমূহ	১৩১-১৪৮
পাঠ - ১০.১ : মূল্য ও এর উদ্দেশ্য	১৩২-১৩৩
পাঠ - ১০.২ : মূল্য নির্ধারণের ধাপসমূহ	১৩৪-১৪০
পাঠ - ১০.৩ : নতুন পণ্য ও পণ্য মিশ্রণের মূল্য নির্ধারণের কৌশলসমূহ	১৪১-১৪২
পাঠ - ১০.৪ : মূল্য অভিযোজন	১৪৩-১৪৫
পাঠ - ১০.৫ : মূল্য পরিবর্তনের সূচনা ও প্রতিক্রিয়া	১৪৬-১৪৭

ইউনিট ১১ : বিপণন প্রণালি ব্যবস্থাপনা	১৪৯-১৬৪
পাঠ - ১১.১ : প্রণালি ও ভ্যালু নেটওয়ার্ক	১৫০-১৫২
পাঠ - ১১.২ : বিপণন প্রণালির কার্যাবলি ও পর্যায়	১৫৩-১৫৬
পাঠ - ১১.৩ : প্রণালির নকশা প্রণয়ন সিদ্ধান্তসমূহ	১৫৭-১৬১
পাঠ - ১১.৪ : বণ্টন প্রণালি একীভূতকরণ ও দ্বন্দ্বসমূহ	১৬২-১৬৩

ইউনিট ১২ : সমন্বিত বিপণন যোগাযোগ	১৬৫-১৭৮
পাঠ - ১২.১ : বিপণন যোগাযোগ ও বিপণন যোগাযোগ মিশ্রণ	১৬৬-১৬৯
পাঠ - ১২.২ : বিপণন যোগাযোগ পদ্ধতি	১৭০-১৭২
পাঠ - ১২.৩ : কার্যকর যোগাযোগ উন্নয়নের পদক্ষেপসমূহ	১৭৩-১৭৭

কেস স্টাডি ও পরিভাষা	১৭৯-১৮৪
নমুনা প্রশ্ন	১৮৫-১৮৫

রেফারেন্স বই

পাঠের প্রয়োজনে আপনি নিচের বইগুলো ব্যবহার করতে পারেন-

1. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15e ed.). Pearson Education.
2. Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16 ed.). Pearson Education.
3. Ramaswamy, N. (2009). *Marketing Management – Global Perspective, Indian Context* (4e ed.). Macmillan Publishers India.

কৃতজ্ঞতা স্বীকার

গ্রন্থটিকে সমৃদ্ধশালী, তথ্যবহুল ও নির্ভরযোগ্য করার জন্য বহু দেশী-বিদেশী বই এবং গবেষণা প্রবন্ধের সাহায্য নেয়া হয়েছে। সকল লেখক ও সংশ্লিষ্ট প্রকাশকদের কাছে আমার আন্তরিক কৃতজ্ঞতা জ্ঞাপন করছি। এছাড়াও বিশেষ কৃতজ্ঞতা ও ধন্যবাদ জ্ঞাপন করছি বিষয়ভিত্তিক বিভিন্ন বিশেষজ্ঞ, ব্যক্তিবর্গ ও সংস্থার প্রতি যারা নানাবিধ উৎসাহ, সহযোগিতা ও তাদের সুচিন্তিত মতামত দিয়েছেন গ্রন্থটিকে সর্বাধুনিক এবং সহজবোধ্য করার জন্য।