

বিপণন নীতিমালা

Principles of Marketing

বিবিএ প্রোগ্রাম কোর্স কোড: OSBBA-1205

ওপেন স্কুল

Open School



বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়
BANGLADESH OPEN UNIVERSITY

বিপণন নীতিমালা

Principles of Marketing

বিবিএ প্রোগ্রাম কোর্স কোড: OSBBA - 1205

প্রথম প্রকাশ: জানুয়ারি ২০২০

প্রচ্ছদ ও অলংকরণ

জাহেদ মান্নান

ওপেন স্কুল, বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়

কম্পিউটার কম্পোজ

মোঃ টিপু সুলতান

© ওপেন স্কুল, বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়

ISBN: 978-984-34-3198-1

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 1205
বিপণন নীতিমালা
Principles of Marketing

কোর্স ডেভেলপমেন্ট টিম

রচনায়
কাজী শারমিন পামেলা
বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়
ও
ফাতেমা আক্তার
জাতীয় বিশ্ববিদ্যালয়

সম্পাদক
ড. মোহাম্মদ আব্দুল্লাহ মাহফুজ
জগন্নাথ বিশ্ববিদ্যালয়

সমন্বয়কারী
কাজী শারমিন পামেলা
ওপেন স্কুল, বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়

এই বইটি রেফারি কর্তৃক নিরীক্ষণের পর বাংলাদেশ উন্মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়ের
ওপেন স্কুলের বিবিএ 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 নীতি বইটি স্ব-শিখন পদ্ধতিতে লেখা হয়েছে এবং লেখার সময় বাউবির নির্ধারিত কাঠামো অনুসরণ করা হয়েছে। বিপণন নীতি বইটির প্রতিটি ইউনিট এবং পাঠ সহজ ও বোধগম্য করে উপস্থাপনের লক্ষ্যে সহজ ভাষা ব্যবহার করা হয়েছে।

বিপণন নীতিমালা 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 নীতি বইটির গুরুত্বপূর্ণ পাঠসমূহের উপর টেলিভিশন ও বেতারে প্রচারিত অনুষ্ঠান থেকে পাঠের বিষয় শিখতে পারবেন। আপনার কোর্সের সাথে সংশ্লিষ্ট ভিডিও ও অডিও লেকচার সামগ্রী বাউবির ওয়েবসাইটে BOUTube-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: ক্রেতা ভ্যালু সৃষ্টি	১-১৯
পাঠ-১.১: বিপণন: ধারণা ও প্রক্রিয়া	২-৪
পাঠ-১.২: ক্রেতার প্রয়োজন অনুধাবন	৫-৮
পাঠ-১.৩: বিপণন কৌশল	৯-১১
পাঠ-১.৪: বিপণন কার্যক্রম, ক্রেতা সম্পর্ক ও ভ্যালু অর্জন	১২-১৪
পাঠ-১.৫: বিপণন চর্চার পরিবর্তনসমূহ ও বাংলাদেশ প্রেক্ষিত	১৫-১৮
ইউনিট ২ : কোম্পানি ও বিপণন কৌশল	২০-৩৩
পাঠ - ১ : কৌশলগত পরিকল্পনা	২১-২২
পাঠ - ২ : ব্যবসায় পোর্টফোলিও এবং বিপণন কৌশল পরিকল্পনা	২৩-২৬
পাঠ - ৩ : বিপণন কৌশল ও বিপণন মিশ্রণ	২৭-২৯
পাঠ - ৪ : বিপণনের প্রচেষ্টা পরিচালনা	৩০-৩২
ইউনিট ৩ : বিপণন পরিবেশ বিশ্লেষণ	৩৪-৪২
পাঠ - ১: ব্যষ্টিক পরিবেশ	৩৫-৩৮
পাঠ - ২: সামষ্টিক পরিবেশ	৩৯-৪৪
ইউনিট ৪ : ভোক্তা ও ব্যবসায় বাজার ও ক্রেতার আচরণ	৪৩-৬৭
পাঠ - ১: ভোক্তা আচরণ	৪৪-৫১
পাঠ - ২: ভোক্তার ক্রয় সিদ্ধান্ত গ্রহণ	৫২-৫৭
পাঠ - ৩: ব্যবসায় ক্রেতার আচরণ	৫৮-৬০
পাঠ - ৪: ব্যবসায় ক্রেতার ক্রয় সিদ্ধান্ত প্রক্রিয়া	৬১-৬৬
ইউনিট ৫ : ক্রেতা-চালিত বিপণন কৌশল	৬৮-৮১
পাঠ-১ : বাজার বিভক্তিকরণ	৬৯-৭৩
পাঠ-২ : লক্ষ্য বাজার নির্ধারণ	৭৪-৭৬
পাঠ-৩ : পৃথকীকরণ ও বাজার অবস্থান গ্রহণ	৭৭-৮০
ইউনিট ৬ : পণ্য, সেবা ও ব্র্যান্ড	৮২-১০১
পাঠ-৬.১ : পণ্য ও সেবা	৮৩-৮৭
পাঠ-৬.২ : পণ্য এবং সেবা সম্পর্কিত সিদ্ধান্তসমূহ	৮৮-৯১
পাঠ-৬.৩ : সেবার বিপণন কৌশলসমূহ	৯২-৯৩
পাঠ-৬.৪ : ব্র্যান্ডিং কৌশলসমূহ	৯৪-৯৬
পাঠ-৬.৫ : নতুন পণ্য উন্নয়ন কৌশল	৯৭-৯৮
পাঠ-৬.৬ : পণ্য জীবনচক্র	৯৯-১০০
ইউনিট ৭ : মূল্য নির্ধারণ এবং এর কৌশলসমূহ	১০২-১১৮
পাঠ-১: মূল্য ও এর উদ্দেশ্য	১০৩-১০৬
পাঠ-২: মূল্য নির্ধারণের কৌশলসমূহ	১০৭-১১১
পাঠ-৩: নতুন পণ্য ও পণ্য মিশ্রণের মূল্য নির্ধারণ কৌশলসমূহ	১১২-১১৩
পাঠ-৪: মূল্য সমন্বয় ও পরিবর্তন	১১৪-১১৭

ইউনিট ৮ : বিপণন বা বন্টন প্রণালি, খুচরা ব্যবসায়, পাইকারী ব্যবসায়	১১৯-১৪১
পাঠ-৮.১: সরবরাহ প্রণালি এবং ভ্যালু সরবরাহ নেটওয়ার্ক	১২০-১২২
পাঠ-৮.২: বিপণন প্রণালির ধরনসমূহ	১২৩-১২৫
পাঠ-৮.৩: প্রণালি আচরণ ও সংগঠন	১২৬-১২৮
পাঠ-৮.৪: বিপণন প্রণালি ডিজাইন সংক্রান্ত সিদ্ধান্তসমূহ	১২৯-১৩২
পাঠ-৮.৫: খুচরা ব্যবসায় ও খুচরা ব্যবসায়ীর বিপণন সংক্রান্ত সিদ্ধান্তসমূহ	১৩৩-১৩৭
পাঠ-৮.৬: পাইকারি ব্যবসায় ও পাইকারি ব্যবসায়ের বিপণন সংক্রান্ত সিদ্ধান্তসমূহ	১৩৮-১৪০
ইউনিট ৯ : ভোক্তা ভ্যালু যোগাযোগ	১৪২-১৫৭
পাঠ-৯.১: বিপণন প্রসার ও সমন্বিত বিপণন যোগাযোগব্যবস্থা	১৪৩-১৪৮
পাঠ-৯.২: কার্যকর বিপণন যোগাযোগ উন্নয়নের পদক্ষেপসমূহ	১৪৯-১৫৩
পাঠ-৯.৩: বিপণন প্রসার বাজেট নির্ধারণ ও প্রসার মিশ্রণ কৌশলসমূহ	১৫৪-১৫৬
ইউনিট ১০ : বিজ্ঞাপন, বিক্রয় প্রসার এবং জনসংযোগ	১৫৮-১৭১
পাঠ - ১০.১ : বিজ্ঞাপন	১৫৯-১৬২
পাঠ - ১০.২ : বিজ্ঞাপনের মাধ্যম নির্বাচন	১৬৩-১৬৫
পাঠ - ১০.৩ : জনসংযোগ	১৬৬-১৬৭
পাঠ - ১০.৪ : বিক্রয় প্রসার	১৬৮-১৭০
ইউনিট ১১ : ব্যক্তিক বিক্রয় এবং প্রত্যক্ষ ও ডিজিটাল বিপণন	১৭২-১৮৬
পাঠ - ১১.১ : ব্যক্তিক বিক্রয়	১৭৩-১৭৫
পাঠ - ১১.২ : ব্যক্তিক বিক্রয় প্রক্রিয়া	১৭৬-১৭৭
পাঠ - ১১.৩ : প্রত্যক্ষ ও ডিজিটাল বিপণন	১৭৮-১৮০
পাঠ - ১১.৪ : নতুন প্রত্যক্ষ এবং ডিজিটাল বিপণন	১৮১-১৮৫
ইউনিট ১২ : প্রতিযোগিতা মূলক সুবিধা অর্জন	১৮৭-১৯৬
পাঠ - ১২.১ : প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা	১৮৮-১৯০
পাঠ - ১২.২ : প্রতিযোগিতামূলক কৌশলসমূহ	১৯১-১৯৫

রেফারেন্স বই

পাঠের প্রয়োজনে আপনি নিচের বইগুলো ব্যবহার করতে পারেন-

1. Philip Kotler & Gary Armstrong, **Principles of Marketing**, Prentice-Hall. (Latest Edition)
2. W.J. Stanton, **Fundamentals of Marketing**, McGraw Hill.
3. E.J. McCarthy & W.D & Perreault, **Essentials of Marketing**, Irwin.

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।