Principles of Marketing

বিস্তারিত পাঠ্যসূচি — বাংলা রূপান্তর · বাংলাদেশ কারিগরি শিক্ষা বোর্ড (বিটিইবি) · ডিপ্লোমা ইন ইঞ্জিনিয়ারিং · প্রবিধান ২০২২

বিষয়কোড	তত্ত্বীয় (T) · পিরিয়ড/সপ্তাহ	ব্যবহারিক (P) · পিরিয়ড/সপ্তাহ	ক্রেডিট (C)
25851	2	0	2

এটি Papel Edu-Care-এর সাজানো উপস্থাপনা, শিক্ষার্থীদের বোঝার সুবিধার জন্য। চূড়ান্ত নির্দেশনার জন্য বাংলাদেশ কারিগরি শিক্ষা বোর্ডের মূল নথি অনুসরণ করুন।

যৌক্তিকতা

এই বিষয়ে বিজনেসের মার্কেটিং ফাংশন খুঁটিয়ে দেখা হয়। শিক্ষার্থীদের সঠিক টার্গেট মার্কেট চিহ্নিত করতে এবং সেই মার্কেটের জন্য উপযুক্ত প্রোডাক্ট, সার্ভিস ও প্রোগ্রাম নির্ধারণ করতে শেখা প্রয়োজন। পাশাপাশি মার্কেটার-রা কীভাবে কাস্টমারের প্রয়োজন ও চাহিদা পূরণে ভ্যালু পৌঁছে দেয়, তা-ও জানা দরকার। এই বিষয়ে মার্কেটিংয়ের মৌলিক ধারণা, ব্র্যান্ডিং, কনজিউমার বিহেভিয়ার, মার্কেটিং মিক্স, প্রমোশন, মার্কেটিং চ্যানেল, ইন্টারন্যাশনাল মার্কেটিং, অনলাইন মার্কেটিং এবং এথিক্সের প্রয়োগ অন্তর্ভুক্ত, যা শিক্ষার্থীদের মার্কেটিং-জ্ঞানের একটি প্রাথমিক চিত্র পেতে সাহায্য করবে।

শিখনফল — তত্ত্বীয় · এই বিষয়টি সম্পন্ন করার পর শিক্ষার্থীরা সক্ষম হবে:

- মার্কেটিং ও মার্কেটিং ফাংশন বর্ণনা করতে।
- সেলস ও মার্কেটিংয়ের পার্থক্য নির্দেশ করতে।
- নিজ ক্ষেত্রে মার্কেটিংয়ের তাৎপর্য ব্যাখ্যা করতে।
- ইন্টারন্যাশনাল মার্কেটিংয়ের সুযোগ অনুসন্ধান করতে।
- প্রোডাক্ট প্রমোশনের জন্য মার্কেটিং থিওরি ও মার্কেটিং মিক্সের এলিমেন্ট বিশ্লেষণ করতে।
- মার্কেট এনভায়রনমেন্ট থেকে উদ্ভূত জটিলতার সমাধান করতে।
- প্রোডাক্ট মার্কেটিংয়ের শ্রেণিবিভাগ বিবৃত করতে।
- ডিস্ট্রিবিউশন চ্যানেল বিবৃত করতে।
- প্রোডাক্ট মার্কেটিংয়ে মার্কেট সেগমেন্টেশন, টার্গেটিং ও পজিশনিং স্ট্র্যাটেজি বাস্তবায়নের পদ্ধতি ব্যাখ্যা করতে।
- কম্পিটিটিভ অ্যাডভান্টেজ পেতে প্রাইসিং ট্যাকটিক্স ব্যাখ্যা করতে।
- ব্র্যান্ডিং ও ব্র্যান্ডিং এলিমেন্ট বিশ্লেষণ করতে।
- এথিক্যাল মার্কেটিং ও তার তাৎপর্য ব্যাখ্যা করতে।

বিস্তারিত পাঠ্যসূচি — তত্ত্বীয় · প্রতি ক্লাস ৭ পিরিয়ড

ইউনিট 1 ইন্ট্রোডাকশন টু মার্কেটিং — 4 ক্লাস · 6 নম্বর

1.1 মার্কেটিংয়ের সংজ্ঞা দাও।

1.2 মার্কেটিংয়ের কার্যাবলি ব্যাখ্যা করো।

1.3 সেলস ও মার্কেটিংয়ের পার্থক্য নির্দেশ করো।

1.4 4th ইন্ডাস্ট্রিয়াল রেভোলিউশনের প্রেক্ষাপটে মার্কেটিংয়ের সম্ভাবনা বর্ণনা করো।

1.5 অ্যাপারেল ইন্ডাস্ট্রিতে মার্কেটিংয়ের গুরুত্ব আলোচনা করো।

ইউনিট 2 মার্কেটিং থিওরিজ অ্যান্ড স্ট্র্যাটেজিজ

4 ক্লাস · 7 নম্বর

- 2.1 মার্কেটিংয়ের কোর কনসেপ্ট ব্যাখ্যা করো।
- 2.2 মার্কেটিংয়ের মৌলিক স্ট্র্যাটেজি ও SWOT অ্যানালাইসিস বর্ণনা করো।
- 2.3 মার্কেটিং মিক্সের সংজ্ঞা দাও।
- 2.4 মার্কেটিংয়ের 7Ps উল্লেখ করো।
- 2.5 মার্কেটিংয়ের 4Cs ও 4Ps-এর তুলনা করো।

ইউনিট 3 মার্কেট এনভায়রনমেন্ট অ্যান্ড ইন্টারন্যাশনাল মার্কেটিং

3 ক্লাস · 7 নম্বর

- 3.1 মার্কেট এনভায়রনমেন্ট বর্ণনা করো।
- 3.2 মাইক্রো এনভায়রনমেন্ট ও ম্যাক্রো এনভায়রনমেন্ট আলোচনা করো।
- 3.3 নিজ ইন্ডাস্ট্রিয়াল ক্ষেত্র-সংশ্লিষ্ট মার্কেট এনভায়রনমেন্টের প্রভাবক ফ্যাক্টরগুলোর তালিকা করো।
- 3.4 ইন্টারন্যাশনাল মার্কেটিংয়ের সংজ্ঞা দাও।
- 3.5 ইন্টারন্যাশনাল মার্কেটে প্রবেশের প্রক্রিয়া বর্ণনা করো।
- 3.6 ইন্টারন্যাশনাল মার্কেটিংয়ের শ্রেণিবিভাগ করো।

ইউনিট 4 প্রোডাক্ট অ্যান্ড সার্ভিস মার্কেটিং

3 ক্লাস · 7 নম্বর

- 4.1 প্রোডাক্টের সংজ্ঞা দাও।
- 4.2 গুডস ও সার্ভিস আলোচনা করো।
- 4.3 প্রোডাক্ট লাইফ সাইকেল ব্যাখ্যা করো।
- 4.4 প্রোডাক্ট লেভেলের শ্রেণিবিভাগ করো।
- 4.5 সার্ভিস মার্কেটিংয়ের শ্রেণিবিভাগ করো।
- 4.6 গুডস ও সার্ভিসের পার্থক্য নির্দেশ করো।

ইউনিট 5 ডিস্ট্রিবিউশন স্ট্র্যাটেজিজ

2 ক্লাস · 4 নম্বর

- 5.1 ডিস্ট্রিবিউশনের সংজ্ঞা দাও।
- 5.2 মার্কেটিংয়ে ডিস্ট্রিবিউশনের প্রয়োজনীয়তা বিবৃত করো।
- 5.3 ডিস্ট্রিবিউশন চ্যানেলের প্রকারভেদ চিত্রসহ ব্যাখ্যা করো।

ইউনিট 6 সেগমেন্টেশন, টার্গেটিং অ্যান্ড পজিশনিং মেথডস

4 ক্লাস · 7 নম্বর

- 6.1 মার্কেট সেগমেন্টেশন আলোচনা করো।
- 6.2 কনজিউমার মার্কেট সেগমেন্টেশনের ভিত্তি ব্যাখ্যা করো।
- 6.3 মার্কেট টার্গেটিংয়ের সংজ্ঞা দাও।
- 6.4 টার্গেটিংয়ের স্ট্র্যাটেজি বর্ণনা করো।
- 6.5 পজিশনিং, রিপজিশনিং ও ডি-পজিশনিংয়ের সংজ্ঞা দাও।

ইউনিট 7 এসেনশিয়ালস অব প্রমোশন অ্যান্ড প্রাইসিং

4 ক্লাস · 7 নম্বর

- **7.1** প্রমোশনের সংজ্ঞা দাও।
- **7.2** প্রমোশনের মৌলিক বিষয়গুলো বিবৃত করো।
- **7.3** কাস্টমার রিলেশনশিপ ম্যানেজমেন্টের সঙ্গে সম্পর্ক দেখাও।
- **7.4** প্রাইসের সংজ্ঞা দাও।
- **7.5** নতুন প্রোডাক্টের প্রাইসিং স্ট্র্যাটেজির রূপরেখা দাও।
- **7.6** প্রতিযোগীদের সঙ্গে প্রাইস অ্যাডজাস্টমেন্টের তুলনা করো।

ইউনিট 8 ফান্ডামেন্টালস অব ব্র্যান্ডিং

2 ক্লাস · 4 নম্বর

- **8.1** ব্র্যান্ডিংয়ের সংজ্ঞা দাও।
- **8.2** ব্র্যান্ডিং এলিমেন্টগুলোর তালিকা করো।
- **8.3** ব্র্যান্ডিংয়ের প্রয়োজনীয়তা বিবৃত করো।
- **8.4** ব্র্যান্ড তৈরির প্রক্রিয়ার ধাপগুলো উল্লেখ করো।

ইউনিট 9 কনজিউমার বিহেভিয়ার

2 ক্লাস · 4 নম্বর

- **9.1** কনজিউমার বিহেভিয়ারের সংজ্ঞা দাও।
- **9.2** বায়িং প্রসেসের ধাপগুলোর রূপরেখা দাও।
- **9.3** কনজিউমার বিহেভিয়ার অধ্যয়নের গুরুত্ব উদাহরণসহ ব্যাখ্যা করো।
- **9.4** কনজিউমার বিহেভিয়ারের পরিধি উল্লেখ করো।

ইউনিট 10 অনলাইন অ্যান্ড এথিক্যাল মার্কেটিং

4 ক্লাস · 7 নম্বর

- **10.1** মার্কেটিং এথিক্সের সংজ্ঞা দাও।
- **10.2** মার্কেটিং এথিক্সের নীতিমালা উল্লেখ করো।
- **10.3** ভার্চুয়াল মার্কেটে এথিক্সের চর্চা বিবৃত করো।
- **10.4** সোশ্যাল মিডিয়াতে এথিক্যাল প্র্যাকটিসের তাৎপর্য বর্ণনা করো।
- **10.5** কর্পোরেট সোশ্যাল রেসপনসিবিলিটি (CSR) আলোচনা করো।
- **10.6** গ্রিন মার্কেটিংয়ের ফলাফল আলোচনা করো।

মোট: 32 ক্লাস · 60 নম্বর

সুপারিশকৃত বই

ক্রম	বইয়ের নাম	লেখক	প্রকাশক ও সংস্করণ
01	Principles of Marketing	Gary Armstrong, Philip Kotler	Prentice Hall, NJ, USA, 17th Edition
02	Marketing Management	Rajan Saxena	Tata McGraw-Hill Education, 1st Edition, 2005

মূল নথি সম্পর্কে টীকা

- এই বিষয়টি সব টেকনোলজির জন্য এক হলেও মূল নথির যৌক্তিকতা অংশে "Textile students" এবং 1.5-এ "apparel industry"-র উল্লেখ আছে। যৌক্তিকতায় সাধারণভাবে "শিক্ষার্থী" লেখা হয়েছে; 1.5 মূলের মতোই রাখা হয়েছে।
- সিভিল ৭ম পর্বের PDF-এ এই বিষয়ের শিরোনাম-পৃষ্ঠা (বিষয়কোড, যৌক্তিকতা ও শিখনফল) নেই; তাই ইলেকট্রিক্যাল ৫ম পর্বের PDF থেকে নেওয়া হয়েছে। দুই PDF-এর বিস্তারিত পাঠ্যসূচি একই।
- মূল নথিতে কয়েকটি উপ-ক্রমিক ভুল ছাপা (ইউনিট 4-এ 4.2 দুবার ও 4.4 নেই; ইউনিট 10-এ 10.4 দুবার); এখানে ধারাবাহিক ক্রমিক দেওয়া হয়েছে।
- বইয়ের লেখকের নাম মূল নথিতে "Gray Armstrong" ও "Rajan Saxsena" ছাপা; প্রচলিত বানানে লেখা হয়েছে।

— সমাপ্ত —