2025

PRODUCT AND PRICING MANAGEMENT — MINOR

Paper : MN-5

Full Marks : 75

Candidates are required to give their answers in their own words as far as practicable.

প্রান্তলিখিত সংখ্যাগুলি পূর্ণমান নির্দেশক।

বিভাগ - ক

১। *যে-কোনো পাঁচটি* প্রশ্নের উত্তর দাও ঃ ২×৫

(ক) বিপণনে চারটি 'P' কী কী?

(খ) পণ্য জীবনচক্রের ধারণাটির যে-কোনো দুটি অনুমান লেখো।

(গ) 'পণ্য সম্ভার'-এর সংজ্ঞা দাও।

(ঘ) গ্রামীণ বিপণনে 'বাজার বিভাজন' কী?

(ঙ) 'নতুন পণ্য' বলতে কী বোঝো?

(চ) 'মোড়কজাতকরণ' বলতে কী বোঝো?

(ছ) 'ব্র্যান্ড ইকুইটি'-র সংজ্ঞা দাও।

(জ) 'ভেদমূলক দামকরণ' বলতে কী বোঝো?

বিভাগ - খ

২। *যে-কোনো পাঁচটি* প্রশ্নের উত্তর দাও ঃ ৫×৫

(ক) পণ্য মিশ্রণ সিদ্ধান্তগুলি গুরুত্বপূর্ণ কেন?

(খ) 'বিভাজনের জন্য ভিত্তিগুলি'-র ধারণাটি ব্যাখ্যা করো।

(গ) নতুন পণ্য উন্নয়ন প্রয়োজনীয় কেন?

(ঘ) বিপণনে 'মূল্য নিয়ন্ত্রক পরিবেশের' উল্লেখ করো।

(ঙ) নামকরণের মূল নীতিগুলি বিবৃত করো।

(চ) 'মোড়কজাতকরণ বিজ্ঞাপনে সাহায্য করে।'— কীভাবে?

(ছ) ভারতীয় ভোগকারীর জন্য দামকরণ গুরুত্বপূর্ণ কেন?

(জ) বাজার-কেন্দ্রিক দামকরণের পদ্ধতিগুলি উল্লেখ করো।

Please Turn Over

বিভাগ - গ

৩। *যে-কোনো চারটি* প্রশ্নের উত্তর দাও ঃ

(ক) পণ্য সম্ভার ম্যাট্রিক্স বলতে কী বোঝো? পণ্য সম্ভারের BCG মডেলটি ব্যাখ্যা করো। ৩+৭

(খ) বিপণনে বাজার বিভাজনের ভূমিকাটি বর্ণনা করো। ১০

(গ) একটি নতুন পণ্য উন্নয়ন প্রক্রিয়ার বিভিন্ন ধাপগুলি আলোচনা করো। ১০

(ঘ) নতুন পণ্যের ব্যর্থতার কারণগুলি বিশদে ব্যাখ্যা করো। ১০

(ঙ) মোড়কজাতকরণের কাজগুলি আলোচনা করো। ১০

(চ) ভারতে দামকরণ কৌশলের উদীয়মান প্রবণতা আলোচনা করো। ১০

[English Version]

The figures in the margin indicate full marks.

Group - A

1. Answer ***any five*** questions : 2×5

(a) What are the 4Ps of marketing?

(b) Write any two assumptions of the concept of product life cycle.

(c) Define 'Product Portfolio'.

(d) What is 'Market Segmentation' in rural marketing?

(e) What do you mean by 'New Product'?

(f) What do you mean by 'Packaging'?

(g) Define 'Brand-equity'.

(h) What do you mean by 'Penetration Pricing'?

Group - B

2. Answer ***any five*** questions : 5×5

(a) Why are the product mix decisions important?

(b) Explain the concept of 'Bases for segmentation'.

(c) Why is new product development necessary?

(d) Mention the 'Regulatory Price Environment' in Marketing.

(e) State the basic principles of branding.

(f) 'Packaging helps in advertising.'— How?

(g) Why is pricing important for Indian consumers?

(h) Mention the various market-oriented pricing methods.

Group - C

3. Answer *any four* questions :

(a) What is Product Portfolio Matrix? Explain the BCG model of Product Portfolio. 3+7

(b) Narrate the role of market segmentation in marketing. 10

(c) Discuss the various steps in the process of development of a new product. 10

(d) Explain, in detail, the reasons for failure of new product. 10

(e) Discuss the functions of packaging. 10

(f) Discuss the emerging trends in pricing strategy in India. 10