

Marketing 2nd paper

by Muhammad Sharif · Language: BN

Summary by booksummaryai.com — <https://booksummaryai.com/country/bn/marketing-2nd-paper>

Overview

মুহাম্মদ শরীফের 'মার্কটিং ২য় পত্র' বইটি বিপণন বদ্যার একটি গুরুত্বপূর্ণ পাঠ্যপুস্তক, যা মূলত উচ্চ মাধ্যমিক বা স্নাতক পর্যায়ে শিক্ষার্থীদের জন্য রচিত। এই বইটি বিপণনের মৌলিক ধারণাগুলোর উপর ভিত্তি করে আরও গভীর এবং বিস্তারিত বিষয়বস্তু আলোচনা করে। এটি বাজার বিশ্লেষণ, ভোক্তা আচরণ, পণ্য উন্নয়ন, মূল্য নির্ধারণ, বন্টন প্রণালী এবং প্রচার কৌশল সহ বিপণনের বিভিন্ন দিকের উপর আলোকপাত করে। বইটির মূল উদ্দেশ্য হলো শিক্ষার্থীদের বিপণন ব্যবস্থাপনার জটিলতা এবং আধুনিক বিপণন কৌশল সম্পর্কে একটি সুস্পষ্ট ধারণা দেওয়া, যাতে তারা বাস্তব জীবনে ব্যবসায়িক চ্যালেঞ্জ মোকাবিলায় সক্ষম হয়।

বইটি কেবল তাত্ত্বিক জ্ঞান প্রদান করে না, বরং ব্যবহারিক প্রয়োগের উপরও জোর দিয়ে। এতে বিভিন্ন কেস স্টাডি, উদাহরণ এবং অনুশীলনী অন্তর্ভুক্ত করা হয়েছে। যা শিক্ষার্থীদের সমস্যা সমাধানের দক্ষতা বৃদ্ধি করতে সাহায্য করে। ডিজিটাল বিপণন, সেবা বিপণন, আন্তর্জাতিক বিপণন এবং নৈতিক বিপণনের মতো সমসাময়িক বিষয়গুলোও বইটিতে স্থান পেয়েছে, যা বর্তমান বাজারের চাহিদা পূরণে সহায়ক। 'মার্কটিং ২য় পত্র' শিক্ষার্থীদের বিপণন পশোয় সফল হওয়ার জন্য প্রয়োজনীয় জ্ঞান ও দক্ষতা অর্জনে একটি শক্তিশালী ভিত্তি তৈরি করে এবং বাংলাদেশের শিক্ষাব্যবস্থার প্রেক্ষাপটে এটি একটি অপরিসর্য সম্পদ হিসেবে বিবেচিত হয়।

Key Takeaways

- বাজার বিভাজন, লক্ষ্য নির্ধারণ এবং অবস্থান নির্ণয় আধুনিক বিপণন কৌশলের মূল ভিত্তি।
- পণ্য জীবনচক্রে প্রতিটি ধাপে সঠিক কৌশল প্রয়োগ করে পণ্যের কার্যকারিতা ও লাভজনকতা বৃদ্ধি করা সম্ভব।
- সমন্বিত বিপণন যোগাযোগ (IMC) গ্রাহকদের সাথে কার্যকর সম্পর্ক স্থাপনে অপরিসর্য।
- ভোক্তা আচরণ বিশ্লেষণ করে তাদের চাহিদা ও পছন্দ সম্পর্কে গভীর অন্তর্দৃষ্টি লাভ করা যায়, যা সফল বিপণন পরিকল্পনায় সহায়ক।
- ডিজিটাল বিপণন এবং ই-কমার্স বর্তমান প্রতিযোগিতামূলক বাজারে টিকে থাকার জন্য অত্যাৱশ্যকীয় কৌশল।
- সেবা বিপণনের ক্ষেত্রে পণ্যের মতো স্পর্শযোগ্যতার অভাব থাকায় ভিন্ন কৌশল অবলম্বন করতে হয়।
- আন্তর্জাতিক বিপণনে সাংস্কৃতিক, রাজনৈতিক ও অর্থনৈতিক ভিন্নতা বিবেচনা করা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ।

Chapter Summaries

বাজার বিভাজন, লক্ষ্য নরিধারণ ও অবস্থান নরিণয়

এই অধ্যায়ে বাজারকে ছোট ছোট অংশে বিভক্ত করা, নরিদৃষ্টি লক্ষ্য বাজার নরিবাচন করা এবং পুরতিযোগীদরে থেকে পণ্যরে সবতনত্ৰ অবস্থান তরৈকিরার কৌশল নযি়ে আলোচনা করা হয়ছে এটি কার্যকর বপিণন পরকিল্পনার পুরথম ধাপ

পণ্য ও বর্যান্ড কৌশল

পণ্যরে সংজ্ঞা, পরকারভদে, পণ্য জীবনচক্র, নতুন পণ্য উন্নয়ন পরক্রযিয়া এবং বর্যান্ডিংয়ের গুরুত্ব এই অধ্যায়ে মূল বিষয় একটি শিক্তিশালী বর্যান্ড কীভাবে গ্রাহকদরে মনে পরভাব ফলে তা এখানে ব্যাখ্যা করা হয়ছে

মূল্য নরিধারণরে সদিধানত

এই অধ্যায়ে মূল্য নরিধারণরে বিভিন্ন পদ্ধতি, যমেন ব্যয়-ভিত্তিক মূল্য, চাহদি-ভিত্তিক মূল্য এবং পুরতিযোগিতা-ভিত্তিক মূল্য কৌশল নযি়ে আলোচনা করা হয়ছে মূল্য নরিধারণে অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিক পরভাবকসমূহও বিশ্লষণ করা হয়ছে

বন্টন পরণালী ও সরবরাহ শৃঙ্খল ব্যবস্থাপনা

পণ্য উৎপাদনস্থল থেকে ভোক্তার কাছে পৌছানোর বিভিন্ন পথ বা বন্টন পরণালী এবং সরবরাহ শৃঙ্খলরে কার্যকর ব্যবস্থাপনা এই অধ্যায়ে বিষয়বস্তু এটি পণ্যরে সহজলভ্যতা নশিচতি করে

সমন্বতি বপিণন যোগাযোগ

বজ্জ্ঞাপন, ব্যক্তগিত বক্রয়, বক্রয় পরসার, জনসংযোগ এবং পরত্যক্স বপিণন সহ বিভিন্ন যোগাযোগ মাধ্যমরে সমন্বতি ব্যবহার নযি়ে এই অধ্যায়ে আলোচনা করা হয়ছে এটি গ্রাহকদরে সাথে ধারাবাহিক বার্তা পররণে সহায়তা করে

ভোক্তা আচরণ বিশ্লষণ

ভোক্তারা কীভাবে পণ্য বা সবো ক্রয় করে, তাদরে সদিধানত গ্রহণ পরক্রযিয়া এবং এই পরক্রযিয়াকে পরভাবতি করার কারণসমূহ এই অধ্যায়ে বসিতারতিভাবে ব্যাখ্যা করা হয়ছে এটি বপিণনকারীদরে জন্য অত্থ্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ

সবো বপিণন ও সম্পরক বপিণন

সবো পণ্যরে বশেষিট্য়, সবো বপিণনরে ৭পি(7Ps) এবং গ্রাহকদরে সাথে দীরঘমযৌদী সম্পরক তরৈরি কৌশল নযি়ে এই অধ্যায়ে আলোচনা করা হয়ছে সবো খাতরে ক্রমবরধমান গুরুত্ব এখানে তুলে ধরা হয়ছে

আন্তরজাতিক বপিণন ও ই-বপিণন

বশ্ববাজারে পণ্য ও সবো বপিণনরে চ্যালঞ্জ ও কৌশল এবং ডিজিটাল প্ল্যাটফর্ম ব্যবহার করে বপিণন কার্যক্রম পরচালনা নযি়ে এই অধ্যায়ে আলোচনা করা হয়ছে এটি আধুনিক বপিণনরে দুটি গুরুত্বপূর্ণ দিক

Themes

বাজার বিশ্লষণ

ভোক্তা আচরণ
কৌশলগত বিপণন
পণ্য ব্যবস্থাপনা
যোগাযোগ কৌশল
ডিজিটাল রূপান্তর

Frequently Asked Questions

What is Marketing 2nd paper about?

মুহাম্মদ শরীফের 'মার্কটিং ২য় পত্র' বইটি বিপণনের উন্নত ধারণা, কৌশল এবং ব্যবহারিক প্রয়োগ নিয়ে আলোচনা করে এটি বাজার বিভাজন, পণ্য ও ব্র্যান্ড কৌশল, মূল্য নির্ধারণ, বন্টন প্রণালী, সমন্বিত বিপণন যোগাযোগ, ভোক্তা আচরণ, সেবা বিপণন এবং আন্তর্জাতিক বিপণনের মতো বিষয়গুলো বিস্তারিতভাবে ব্যাখ্যা করে

Is Marketing 2nd paper worth reading?

হ্যাঁ, 'মার্কটিং ২য় পত্র' বইটি বিপণন বিষয়ে অধ্যয়নরত শিক্ষার্থীদের এবং বিপণন পেশায় আগ্রহী ব্যক্তিদের জন্য অত্যন্ত মূল্যবান এটি বিপণনের জটিল ধারণাগুলোকে সহজবোধ্যভাবে উপস্থাপন করে এবং বাস্তব জীবনের উদাহরণ ও কেস স্টাডির মাধ্যমে ব্যবহারিক জ্ঞান প্রদান করে

How does Marketing 2nd paper end?

Spoiler: 'মার্কটিং ২য় পত্র' একটি পাঠ্যপুস্তক হওয়ায় এর কোনো আখ্যানমূলক সমাপ্তি নেই বইটি সাধারণত আন্তর্জাতিক বিপণন, ডিজিটাল বিপণন বা বিপণনের নৈতিক ও সামাজিক দায়িত্বের মতো সমসাময়িক এবং উন্নত বিষয়গুলো আলোচনার মাধ্যমে শেষ হয়, যা শিক্ষার্থীদের ভবিষ্যতের জন্য প্রস্তুত করে

Who should read Marketing 2nd paper?

উচ্চ মাধ্যমিক, স্নাতক বা স্নাতকোত্তর পর্যায়ে ব্যবসায় শিক্ষা শাখার শিক্ষার্থীরা, বিশেষ করে যারা বিপণন বিষয়ে পড়াশোনা করছেন, তাদের জন্য এই বইটি অপরিসর্য এছাড়া, বিপণন পেশায় কর্মরত ব্যক্তিরা এবং যারা বিপণন কৌশল সম্পর্কে গভীর জ্ঞান অর্জন করতে চান, তারাও বইটি পড়ে উপকৃত হবেন

How long does it take to read Marketing 2nd paper?

বইটির দৈর্ঘ্য এবং বিষয়বস্তুর গভীরতার উপর নির্ভর করে পড়ার সময় পরিবর্তিত হতে পারে সাধারণত, একটি পাঠ্যপুস্তক হিসেবে 'মার্কটিং ২য় পত্র' বইটি সম্পূর্ণ পড়তে একজন গড় পাঠককে প্রায় ১৫-২০ ঘণ্টা সময় লাগতে পারে, যদি তারা মনোযোগ সহকারে প্রতিটি অধ্যায় অধ্যয়ন করেন