

2020

**PRODUCT AND PRICING MANAGEMENT AND
MARKETING COMMUNICATION — GENERAL**

Paper : DSE-5.2M

Full Marks : 80

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

প্রাস্তলিখিত সংখ্যাগুলি পূর্ণমান নির্দেশক।

**Module - I
(Product and Pricing Management)**

Marks - 40

- ১। যে-কোনো চারটি প্রশ্নের উত্তর লেখো : ১০×৪
- (ক) একটি নতুন পণ্যের ব্যর্থতার কারণগুলি উল্লেখ করো।
- (খ) বাজার বিভাজনের ভিত্তিগুলি বিবৃত করো।
- (গ) ‘পণ্যের আয়ুষ্কাল চক্র’-র ধারণাটি ব্যাখ্যা করো।
- (ঘ) মোড়কজাতকরণের আইনগত ও নৈতিক দিকগুলি উল্লেখ করো।
- (ঙ) ‘দ্বৈত দাম’ ও ‘মান দাম’-এর অর্থগুলি ব্যাখ্যা করো।
- (চ) ভারতীয় প্রেক্ষিতে দামকরণের ধারণাটি বিবৃত করো।
- (ছ) ‘পণ্য পোর্টফোলিও’-র ওপর একটি সংক্ষিপ্ত টীকা লেখো।
- (জ) বিপণনে জনতাত্ত্বিক পরিবেশের ধারণাটির বিস্তারিত ব্যাখ্যা করো।

**Module - II
(Marketing Communication)**

Marks - 40

- ২। যে-কোনো চারটি প্রশ্নের উত্তর লেখো : ১০×৪
- (ক) প্রচার ও বিজ্ঞাপন-এর মধ্যে পার্থক্য করো।
- (খ) ‘মাধ্যম পরিকল্পনা’-র ধারণাটি ব্যাখ্যা করো।
- (গ) ‘বিক্রয় বল’-এর ভূমিকাটি বিবৃত করো।
- (ঘ) ‘বিক্রয় প্রসার’-এর ধরনগুলি উল্লেখ করো।
- (ঙ) বিজ্ঞাপন বাজেট বলতে কী বোঝো?

Please Turn Over

- (চ) 'সামাজিক মাধ্যম'-এর সুবিধাগুলি বিবৃত করো।
(ছ) বিপণন যোগাযোগব্যবস্থায় বাধাগুলি আলোচনা করো।
(জ) বিজ্ঞাপনের বিভিন্ন ধরন বর্ণনা করো।

[English Version]

The figures in the margin indicate full marks.

Module - I

(Product and Pricing Management)

Marks - 40

1. Answer **any four** questions :

10×4

- (a) Mention the reasons for failure of a new product.
(b) State the various bases of Market Segmentation.
(c) Explain the concept of 'Product Life Cycle'.
(d) Mention the legal and ethical aspects of Packaging.
(e) Explain the meanings of 'Dual Pricing' and 'Value Pricing'.
(f) State the concept of Pricing in Indian context.
(g) Write a short note on 'Product Portfolio'.
(h) Explain, in detail, the concept of 'Demographic Environment' in marketing.

Module - II

(Marketing Communication)

Marks - 40

2. Answer **any four** questions :

10×4

- (a) Distinguish between Publicity and Advertising.
(b) Explain the concept of 'Media Planning'.
(c) State the role of Sales Force.
(d) Mention the types of 'Sales Promotion'.
(e) What do you mean by Advertising Budget?
(f) State the advantages of 'Social Media'.
(g) Discuss the barriers to Marketing Communication.
(h) Describe the various types of Advertisement.
-