

2019

Part – II

➤ **PRODUCT & PRICING MANAGEMENT**  
**(Honours)**

**Paper – MH3**

Full Marks – 100

Time : 4 Hours

*The questions are of equal value for any group / half.*

*The figures in the right-hand margin indicate marks.*

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

*Illustrate the answers wherever necessary.*

1. Answer any **five** question : 4×5
- (a) What do you mean by the term "New Product" ? 4
- (b) Distinguish between product management and general marketing management. 4
- (c) State the functions performed by label. 4
- (d) Distinguish between Brand Equity and Brand Loyalty. 4

- (e) Discuss the role of a product manager. 4
- (f) State the objectives of advertising. 4
- (g) What is market penetrating pricing ? 4
- (h) Write a note on "Event Marketing". 4
- (i) Define cost and Revenue. 4
- (j) Distinguish between 'discount' and 'rebate'. 4

2. Answer any **five** questions :- 8×5

- (a) How can a company fill the strategic planning gap ? 8
- (b) State the characteristics of product mix. 8
- (c) Discuss resale price maintenance. 8
- (d) What is sales promotion ? What are its advantages ? 8
- (e) Discuss about different distribution channels. 8
- (f) State the different steps in pricing. 8
- (g) Discuss the procedure of product registration. 8
- (h) Discuss the benefits of grading. 8
- (i) Distinguish among brand, brand name and trade mark. 8
- (j) Discuss the reason for failure of a New Product. 8

3. Answer any **two** questions : 2×15

- (a) Explain in details about the GE(General Electric) Matrix. 15
- (b) Discuss the steps involved in Branding decision. 15
- (c) Explain the steps involved in designing Marketing Information System with help of a diagram. 15
- (d) Discuss the steps for the development of a new product. 15

[Internal Assessment - 10 marks ]

(Bengali Version)

- ১। যেকোনো পাঁচটি প্রশ্নের উত্তর দাও : ৪×৫
- (ক) নতুন পণ্য বলতে কি বোঝ ? 3
- (খ) 'পণ্য ব্যবস্থাপনা' ও 'সাধারণ বিপণন ব্যবস্থাপনা'র মধ্যে পার্থক্য কি ? 8
- (গ) 'Label' -এর কার্যাবলী ব্যাখ্যা কর । 8
- (ঘ) Brand Equity ও Brand Loyalty -এর মধ্যে পার্থক্য কি ?
- (ঙ) একজন Product Manager-এর ভূমিকা কি ? 8
- (চ) বিজ্ঞাপনের উদ্দেশ্য কি ? 8
- (ছ) বাজার ভেদকারী দাম নির্ধারণকারী পক্রিয়া কি ? 8
- (জ) Event Marketing -এর ধারণা ব্যাখ্যা কর । 8
- (ঝ) উৎপাদন ব্যয় ও বিক্রয়লব্ধ আয় সম্পর্কে আলোচনা কর । 8
- (ঞ) বাট্টা ও ছাড়-এর মধ্যে পার্থক্য কি ? 8

২। যেকোনো পাঁচটি প্রশ্নের উত্তর দাও :

৮×৫

- (ক) কিভাবে একটি কোম্পানী কৌশলগত ফাঁক পূরণ করতে পারে ? ৮
- (খ) পণ্য মিশ্রণ-এর বৈশিষ্ট্যগুলি ব্যাখ্যা কর । ৮
- (গ) পণ্য বিক্রয় দাম রক্ষণাবেক্ষণ — আলোচনা কর । ৮
- (ঘ) বিক্রয় সম্প্রসারণ কি ? এর সুবিধাগুলি কি কি ? ৮
- (ঙ) পণ্য বন্টনের বিভিন্ন মাধ্যমগুলি সম্পর্কে আলোচনা কর । ৮
- (চ) পণ্যের মূল্য নির্ধারণের বিভিন্ন ধাপগুলি আলোচনা কর । ৮
- (ছ) একটি পণ্য নিবন্ধনের বিভিন্ন পর্যায়গুলি আলোচনা কর । ৮
- (জ) পণ্যের বিন্যাসকরণের সুবিধাগুলি আলোচনা কর । ৮
- (ঝ) Brand, Brand নাম ও ব্যবসায় চিহ্ন-এর মধ্যে তফাৎ কি ? ৮
- (ঞ) একটি নতুন পণ্যের ক্ষেত্রে ব্যর্থতার বিভিন্ন কারণগুলি আলোচনা কর । ৮

৩। যেকোনো দুটি প্রশ্নের উত্তর দাও :

২×১৫

(ক) (General Electric) GE Matrix ধারণাটির একটি পূর্ণ ব্যাখ্যা দাও । ১৫

(খ) ব্র্যাণ্ডিং সংক্রান্ত সিদ্ধান্তগ্রহণের ক্ষেত্রে বিভিন্ন ধাপ বা পর্যায়গুলি সম্পর্কে আলোচনা কর । ১৫

(গ) Marketing Information System -এর ধাপগুলি চিত্রসহকারে ব্যাখ্যা কর । ১৫

(ঘ) একটি নতুন পণ্য উন্নয়নের ধাপগুলি বর্ণনা কর । ১৫

[আভ্যন্তরীণ মূল্যায়ন — ১০ নম্বর]