

2020

**PRODUCT AND PRICE MANAGEMENT  
AND RURAL MARKETING — GENERAL**

**Eighth Paper**

**(M-32-G)**

**[Marketing Group]**

**Full Marks : 100**

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

*প্রান্তলিখিত সংখ্যাগুলি পূর্ণমান নির্দেশক।*

**Module - I**

**[Product and Price Management]**

**(মান : ৫০)**

**বিভাগ - ক**

১। যে-কোনো পাঁচটি প্রশ্নের উত্তর দাও :

৪×৫

(ক) 'পণ্য' বলতে কী বোঝো?

*অথবা,*

'পণ্য-আধার' কী?

(খ) 'পণ্য আয়ুষ্কাল চক্র'-এর সংজ্ঞা দাও।

(গ) পণ্য আয়ুষ্কাল চক্রের ধারণাটির যে-কোনো দুটি সীমাবদ্ধতা উল্লেখ করো।

(ঘ) পণ্য আয়ুষ্কাল চক্রের 'বৃদ্ধি স্তর'-এর যে-কোনো দুটি বণ্টনকৌশল উল্লেখ করো।

*অথবা,*

পণ্য আয়ুষ্কাল চক্রের 'অবনমন স্তর'-এর যে-কোনো দুটি বণ্টনকৌশল উল্লেখ করো।

(ঙ) পণ্য আয়ুষ্কাল চক্রের যে-কোনো দুটি আকৃতি দাও।

(চ) 'দাম ব্যবস্থাপনা'-এর সংজ্ঞা দাও।

*অথবা,*

'প্রাইস কার্টল'-এর সংজ্ঞা দাও।

(ছ) 'ননীতোলা দামকরণ' বলতে কী বোঝো?

(জ) 'ভেদ দামকরণ' বলতে কী বোঝো?

**Please Turn Over**

**N(III)-Product & Price Mgmt. & Rural Mktg.-  
G-8(M-32-G)**

(2)

(বা) 'লক্ষ্য ব্যয়'-এর সংজ্ঞা দাও।

**অথবা,**

'পুনঃবিক্রয় মূল্য' কী?

(এ) 'সেবা দামকরণ' বলতে কী বোঝো?

**অথবা,**

সমতাপূর্ণ পণ্য আধার কী?

**বিভাগ - খ**

২। একটি প্রশ্নের উত্তর দাও :

১০

(ক) একটি নতুন পণ্য উন্নয়নের কারণগুলি বিবৃত করো।

**অথবা,**

যে সমস্ত বিষয়সমূহ নতুন পণ্য উন্নয়নের পথে বাধা হয়, তা উল্লেখ করো।

(খ) পণ্যগ্রহণ প্রক্রিয়ার সাথে জড়িত ধাপগুলি সংক্ষেপে আলোচনা করো।

(গ) একটি ভালো ব্র্যান্ডের কাঙ্ক্ষিত বৈশিষ্ট্যগুলি আলোচনা করো।

(ঘ) অভিজ্ঞতাকরণের সুবিধাগুলি ব্যাখ্যা করো।

**অথবা,**

পণ্যচিহ্নের ধারণাটি ব্যাখ্যা করো।

**বিভাগ - গ**

**যে-কোনো একটি প্রশ্নের উত্তর দাও**

৩। আধুনিক বিপণনে মোড়কজাতকরণের তাৎপর্যটি বিশদভাবে ব্যাখ্যা করো।

২০

৪। একটি কোম্পানির পণ্য বিপণনে ব্যবহৃত মোড়কজাতকরণের কৌশলগুলি আলোচনা করো।

২০

**Module - II**

**[Rural Marketing]**

(মান : ৫০)

**বিভাগ - ক**

৫। **যে-কোনো পাঁচটি প্রশ্নের উত্তর দাও :**

৪×৫

(ক) গ্রামীণ বিপণনে '4A' কী?

(খ) গ্রামীণ ভোক্তার যে-কোনো দুটি বৈশিষ্ট্য লেখো।

**অথবা,**

গ্রামীণ ভোক্তা ও নাগরিক ভোক্তার বৈশিষ্ট্যের পার্থক্য নিরূপণ করো।

(গ) মূল্য প্রসার কী?

**অথবা,**

গ্রামীণ প্রসার কী?

(ঘ) গ্রামীণ বাজারের জন্য প্রস্তুত বন্টনপ্রণালীর দুটি বৈশিষ্ট্য লেখো।

**অথবা,**

‘logistics’ ও ‘distribution’-এর পার্থক্য লেখো।

(ঙ) গ্রামীণ বাজারের জন্য নির্দিষ্ট যে-কোনো দুটি প্রসার কৌশল উল্লেখ করো।

(চ) ‘গ্রামীণ ভোক্তা ব্যবহার’-এর সংজ্ঞা দাও।

**অথবা,**

গ্রামীণ ভোক্তা ব্যবহারকে প্রভাবিত করে কোন কোন মূল বিষয়গুলি?

(ছ) গ্রামীণ বিজ্ঞাপনের সংজ্ঞা দাও।

**অথবা,**

গ্রামীণ বাজারে তোমার পণ্যের বিজ্ঞাপন কীভাবে করবে?

(জ) গ্রামীণ বিপণন কৌশল তৈরিতে বিপণনকারীকে যে বাধাগুলির সম্মুখীন হতে হয়, সেগুলি কী কী?

(ঝ) গ্রামীণ ক্রয়শৈলীর দুটি বৈশিষ্ট্য উল্লেখ করো।

(ঞ) গ্রামীণ ভারতের পরিকাঠামোগত সমস্যার মধ্যে দুটি মুখ্য সমস্যা উল্লেখ করো।

### বিভাগ - খ

৬। একটি প্রশ্নের উত্তর দাও :

১০

(ক) গ্রামীণ বিপণনের সুযোগ বা প্রশস্ততা নিয়ে সংক্ষেপে আলোচনা করো।

**অথবা,**

গ্রামীণ বিপণন মিশ্রণের সংক্ষিপ্ত আলোচনা করো।

(খ) গ্রামীণ বিপণন পরিবেশের আভ্যন্তরীণ উপাদানগুলির কীভাবে বিশ্লেষণ করবে?

**অথবা,**

গ্রামীণ বিপণন পরিবেশের বাহ্যিক উপাদানগুলির কীভাবে বিশ্লেষণ করবে?

(গ) গ্রামীণ বাজার বিভাজনের ধারণা সম্বন্ধে আলোচনা করো।

(ঘ) গ্রামীণ বিপণনে পরিকাঠামোগত বাধার সমস্যা নিরূপণে সরকারের ভূমিকা আলোচনা করো।

**Please Turn Over**

বিভাগ - গ

যে-কোনো একটি প্রশ্নের উত্তর দাও :

- ৭। (ক) পার্থক্য : গ্রামীণ বিপণন ও কৃষিজাতপণ্য বিপণন  
(খ) ভারতবর্ষের পরিপ্রেক্ষিতে কৃষিজাতপণ্য বিপণনের সুযোগ বা প্রশস্ততা আলোচনা করো। ১০+১০
- ৮। (ক) ভারতবর্ষের পরিপ্রেক্ষিতে কৃষিজাতপণ্যের মূল্যনির্ধারণ কৌশল আলোচনা করো।  
(খ) ভারতবর্ষের পরিপ্রেক্ষিতে কৃষিজাতপণ্যের বণ্টনপ্রণালী কৌশল আলোচনা করো। ১০+১০

**[English Version]**

*The figures in the margin indicate full marks.*

**Module - I**

**[Product and Price Management]**

**(Marks : 50)**

**Group - A**

1. Answer **any five** questions : 4×5
- (a) What do you mean by 'Product'?
- Or,**
- What is 'Product Portfolio'?
- (b) Define 'Product Life Cycle'.
- (c) State any two limitations of the concept of Product Life Cycle (PLC).
- (d) Mention any two distribution strategies of 'Growth Stage' of PLC.
- Or,**
- Mention any two distribution strategies of 'Decline Stage' of PLC.
- (e) Draw any two shapes of PLC.
- (f) Define 'Price Management'.
- Or,**
- Define 'Price Cartel'.
- (g) What do you mean by 'Skimming Pricing'?

( 5 )

- (h) What do you mean by 'Penetration Pricing'?
- (i) Define 'Target Cost'.

**Or,**

What is 'Resale Price'?

- (j) What do you mean by 'Service Pricing'?

**Or,**

What is 'Balanced Product Portfolio'?

**Group - B**

2. Answer **any one** question :

10

- (a) State the reasons for developing a new product.

**Or,**

Mention the factors that act as barrier to new product development.

- (b) Discuss in brief, the stages involved in the process of product adoption.
- (c) Discuss the desirable features of a good brand.
- (d) Explain the benefits of branding.

**Or,**

Explain the concept of Trademark.

**Group - C**

Answer **any one** question

3. Explain, in detail, the significance of packaging in modern marketing. 20
4. Discuss the various packaging strategies used for marketing the product of a company. 20

**Module - II**

**[Rural Marketing]**

**(Marks : 50)**

**Group - A**

5. Answer **any five** questions :

4×5

- (a) What is the 4A's in rural marketing?
- (b) State any two characteristics of rural consumers.

**Or,**

Distinguish the characteristics of rural consumers with urban consumers.

**Please Turn Over**

(c) What is price promotion?

**Or,**

What is rural promotion?

(d) Mention any two characteristics of distribution channels specially made for rural market.

**Or,**

What is the difference between logistics and distribution?

(e) State any two rural-market specific promotional strategies.

(f) Define rural consumer behaviour.

**Or,**

What are the main factors influencing rural consumer behaviour?

(g) Define rural advertising.

**Or,**

How do you advertise your product in rural market?

(h) What are the common challenges faced by marketers in making of rural marketing strategies?

(i) State two features of rural buying patterns.

(j) State any two main infrastructural problems in rural India.

### **Group - B**

6. Answer **any one** question :

10

(a) Write a brief note on the scope of rural marketing.

**Or,**

Write a brief note on rural marketing mix.

(b) How do you scan the elements of internal factors of rural marketing environment?

**Or,**

How do you scan the elements of external factors of rural marketing environment?

(c) Discuss the concept of 'Rural Market Segmentation'.

(d) Explain the role of government to eliminate the infrastructural barriers in rural marketing.

### **Group - C**

Answer **any one** question

7. (a) Distinguish : Rural marketing and Agricultural marketing.

(b) Briefly discuss the scope of agricultural marketing in Indian context.

10+10

8. (a) Explain the pricing strategies of agricultural marketing in India.

(b) Explain the distribution strategies of agricultural marketing in India.

10+10

---