

2020

CONSUMER BEHAVIOUR AND SALES MANAGEMENT — GENERAL

Seventh Paper

(M-31-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

(Consumer Behaviour)

বিভাগ - ক

১। নিম্নলিখিত প্রশ্নগুলির উত্তর দাও (যে-কোনো পাঁচটি) :

৪×৫

(ক) 'ক্রেতা' ও 'ভোগকারীর' মধ্যে পার্থক্য কী?

(খ) ভোক্তার আচরণজ্ঞান কী?

অথবা,

ভোক্তার আচরণ পাঠের গুরুত্ব কী?

(গ) জনবিন্যাসগত বিভাজন কী?

অথবা,

জনবিন্যাসগত বিভাজনের দুটি উদাহরণ দাও।

(ঘ) ভোক্তার আচরণ ও সাংগঠনিক আচরণ-এর পার্থক্য করো।

অথবা,

বাজার বিভাজনের যে-কোনো দুটি গুরুত্ব উল্লেখ করো।

(ঙ) বাজার বিভাজন কী?

(চ) 'ভোগকারী একজন ব্যক্তি' কথাটি সংক্ষেপে ব্যাখ্যা করো।

অথবা,

'ভোগকারী একজন ব্যক্তি'-এর দুটি নির্ধারক উল্লেখ করো।

(ছ) স্বাস্থ্য পরিচর্যা বিপণন কী?

অথবা,

ভোগকারীর প্রয়োজনের সংজ্ঞা দাও।

Please Turn Over

- (জ) নেতৃত্ব কী?
(ঝ) 'ব্যক্তিত্বের' সংজ্ঞা দাও।
(ঞ) 'দৃষ্টিভঙ্গি'-র সংজ্ঞা দাও।

বিভাগ - খ

২। **একটি** প্রশ্নের উত্তর দাও :

১০×১

- (ক) ভোগকারীর আচরণের ওপর ব্যক্তিগত প্রভাব — সংক্ষেপে আলোচনা করো।

অথবা,

ভোগকারীর আচরণের ওপর নেতৃত্বের প্রভাব — সংক্ষেপে আলোচনা করো।

- (খ) সিদ্ধান্তগ্রহণ প্রক্রিয়ায় প্রভাব বিস্তারকারী মুখ্য বিষয়সমূহ বর্ণনা করো।

অথবা,

ভোগকারীর সিদ্ধান্তগ্রহণ প্রক্রিয়া সংক্ষেপে ব্যাখ্যা করো।

- (গ) সামাজিক বিপণন কাকে বলে? এর সুবিধাগুলি কী কী?
(ঘ) স্বাস্থ্যপরিষেবা শিল্পের জন্য কেন সুনির্দিষ্ট বিপণন রণকৌশল প্রয়োজন?

বিভাগ - গ

একটি প্রশ্নের উত্তর দাও

২০

- ৩। ভোগকারীর আচরণ বোঝার জন্য বিপণন গবেষণার প্রাসঙ্গিকতা বিস্তারিতভাবে ব্যাখ্যা করো।
৪। ভোগকারীর আচরণ বোঝার জন্য বিপণন তথ্য ব্যবস্থার প্রাসঙ্গিকতা বিস্তারিতভাবে ব্যাখ্যা করো।

Module - II

(Sales Management)

বিভাগ - ক

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

৫×৪

- (ক) বিপণন সংগঠনের জটিলতা বলতে তুমি কী বোঝো?

অথবা,

বিক্রয় সংগঠনের সংজ্ঞা দাও।

- (খ) বিক্রয় সংগঠনের যে-কোনো দুটি গুরুত্ব উল্লেখ করো।

অথবা,

বিক্রয় সংগঠনের যে-কোনো দুটি উদ্দেশ্য উল্লেখ করো।

- (গ) বিক্রয় সংগঠনের কাঠামো নির্ধারণের ক্ষেত্রে যে-কোনো দুটি গুরুত্বপূর্ণ উপাদান বিবৃত করো।
 (ঘ) বিক্রয় সংগঠনের কাঠামোর গঠন সম্পর্কিত যে-কোনো দুটি সমস্যা উল্লেখ করো।
 (ঙ) 'রৈখিক' ও 'সাহচর্য' বিক্রয় সংগঠনের সংজ্ঞা দাও।
 (চ) বিক্রয় বাহিনী নিয়ন্ত্রণ বলতে তুমি কী বোঝো?

অথবা,

- বিক্রয় বাহিনী-র সংজ্ঞা দাও।
 (ছ) বিক্রয় বাহিনীর ক্ষেত্রে অভিযোগ প্রতিকারের একটি উপযুক্ত পদ্ধতি উল্লেখ করো।
 (জ) 'কর্মী-সংগ্রহ'-র সংজ্ঞা দাও।

অথবা,

- 'কর্মী নির্বাচন'-র সংজ্ঞা দাও।
 (ঝ) কর্মী বাহিনীর উন্নয়ন বলতে তুমি কী বোঝো?

অথবা,

- 'প্রশিক্ষণ' ও 'উন্নয়ন'-এর পার্থক্য কী?
 (ঞ) 'কর্মী সংস্থাপন' বলতে তুমি কী বোঝো?

বিভাগ - খ

৬। যে-কোনো একটি প্রশ্নের উত্তর দাও :

১০

- (ক) বিক্রয় বাহিনীর উদ্দেশ্যগুলি আলোচনা করো।

অথবা,

- বিক্রয় বাহিনীর রণকৌশলগুলি আলোচনা করো।
 (খ) তুমি কীভাবে বিক্রয় বাহিনীকে অনুপ্রাণিত করবে?
 (গ) বিক্রয়ের যে-কোনো একটি তত্ত্ব আলোচনা করো।
 (ঘ) "ব্যক্তিগত বিক্রয় জীবিকা-অর্জনের একটি উপায়" — সংক্ষিপ্ত টীকা লেখো।

অথবা,

- ব্যক্তিগত বিক্রয়ের বিভিন্ন ধাপগুলি কী কী?

বিভাগ - গ

যে-কোনো একটি প্রশ্নের উত্তর দাও

২০×১

৭। একটি প্রণালীর উন্নয়নের মুখ্য উদ্দেশ্যগুলি কী কী?

৮। বিপণন প্রণালী নির্বাচনের প্রক্রিয়া বর্ণনা করো।

Please Turn Over

[English Version]

The figures in the margin indicate full marks.

**Module - I
(Consumer Behaviour)**

Group - A

1. Answer **any five** questions :

4×5

- (a) Distinguish between 'Customer' and 'Consumer'.
- (b) What is consumer behaviour knowledge?

Or,

What is the importance of studying consumer behaviour?

- (c) What is demographic segmentation?

Or,

Give two examples of demographic segmentation.

- (d) Distinguish between consumer behaviour and organisational behaviour.

Or,

Mention any two importance of market segmentation.

- (e) What is market segmentation?
- (f) Explain, in brief, the term 'consumer as an individual'.

Or,

Mention two determinants of 'consumer as an individual'.

- (g) What is health-care marketing?

Or,

Define consumer needs.

- (h) What is leadership?
- (i) Define 'Personality'.
- (j) Define 'Attitude'.

Group - B

2. Answer **any one** question :

10×1

- (a) Explain, in brief, the personal influence on consumer behaviour.

Or,

Explain, in brief, the leader's influence on consumer behaviour.

(b) State the principal factors that influence decision making process.

Or,

Explain, in brief, the consumer decision making process.

(c) What is social marketing? What are its advantages?

(d) Why does the health-care industry require a specific marketing strategy?

Group - C

Answer *any one* question

20×1

3. Explain, in detail, the relevance of marketing research in understanding consumer behaviour.

4. Explain, in detail, the relevance of marketing information system in understanding consumer behaviour.

Module - II

(Sales Management)

Group - A

5. Answer *any five* questions :

5×4

(a) What do you mean by complexities of marketing organisation?

Or,

Define sales organisation.

(b) Mention any two importance of sales organisation.

Or,

Point out any two objectives of sales organisation.

(c) State any two important factors determining sales organisation structure.

(d) Mention any two problems associated with structuring the sales organisation.

(e) Define line and staff sales organisation.

(f) What do you mean by managing the sales force?

Or,

Define 'sales force'.

(g) Mention a grievance handling procedure adopted for sales force.

(h) Define 'Recruitment'.

Or,

Define 'selection'.

Please Turn Over

**N(III)-Consumer Behaviour & Sales Mgmt.-
G-7(M-31-G)**

(6)

(i) What do you mean by sales force development?

Or,

Distinguish between 'training' and 'development'.

(j) What do you mean by 'placement'?

Group - B

6. Answer **any one** question :

10×1

(a) Discuss the objectives of sales force.

Or,

Discuss the strategies of sales force.

(b) How would you motivate sales force?

(c) Discuss any one theory of selling.

(d) Write a short note on 'Personal selling as a career'.

Or,

What are the different steps in 'Personal selling'?

Group - C

Answer **any one** question

20×1

7. What are the basic objectives of developing a channel?

8. State the selection process of marketing channel.
