

কোভিড ১৯ প্রেক্ষিতে ২০২৩ সালের এইচএসসি পরীক্ষার  
পুনর্বিन্যাসকৃত পাঠ্যসূচি

বিষয়: উৎপাদন ব্যবস্থাপনা ও বিপণন  
পত্র: দ্বিতীয়  
বিষয় কোড: ২৮৭

কোভিড ১৯ প্রেক্ষিতে ২০২৩ সালের এইচএসসি পরীক্ষার পুনর্বিদ্যাসকৃত পাঠ্যসূচি

বিষয়: উৎপাদন ব্যবস্থাপনা ও বিপণন

পত্র: দ্বিতীয় (বিপণন)

বিষয় কোড: ২৮৭

পূর্ণ নম্বর: ১০০

তৃতীয় নম্বর: ১০০ ব্যাবহারিক নম্বর: ০০

অধ্যায় ও অধ্যায়ের শিরোনাম	শিক্ষাক্রম/পাঠ্যপুস্তকে উল্লিখিত শিখনফল	বিষয়বস্তু (পাঠ ও পাঠের শিরোনাম)	প্রয়োজনীয় ক্লাস সংখ্যা	ক্লাসের ক্রম	মন্তব্য
প্রথম অধ্যায়: বিপণন পরিচিতি	১. বিপণনের ধারণা ব্যাখ্যা করতে পারবে; ২. বিপণনের ক্রমবিকাশ ব্যাখ্যা করতে পারবে; ৩. বিপণনের বৈশিষ্ট্যগুলো চিহ্নিত করতে পারবে; ৪. বাজার ও বিপণনের মধ্যে পার্থক্য ব্যাখ্যা করতে পারবে; ৫. বিক্রয় ও বিপণনের মধ্যে পার্থক্য ব্যাখ্যা করতে পারবে; ৬. বিপণনের গুরুত্ব ব্যাখ্যা করতে পারবে।	বিপণনের ধারণা	১	প্রথম	
		বিপণনের ক্রমবিকাশ	৩	২য়, ৩য় ও ৪র্থ	
		বিপণনের বৈশিষ্ট্য	২	৫ম ও ৬ষ্ঠ	
		বাজার, বিক্রয় ও বিপণন	২	৭ম ও ৮ম	
		বিপণনের গুরুত্ব/প্রয়োজনীয়তা	২	৯ম ও ১০ম	
তৃতীয় অধ্যায়: বিপণন কার্যাবলি	১. বিপণন কার্যাবলির ধারণা ব্যাখ্যা করতে পারবে; ২. বিপণন কার্যাবলির যেমন ক্রয়, বিক্রয়, পরিবহন, গুদামজাতকরণ, প্রমিতকরণ, পর্যায়িতকরণ, মোড়কীকরণ, বিজ্ঞাপনের ধারণা ও গুরুত্ব ব্যাখ্যা করতে পারবে; ৩. পণ্য বিপণনে ক্রয় ও বিক্রয়ের গুরুত্ব বিশ্লেষণ করতে পারবে; ৪. পণ্য বিপণনে পরিবহনের গুরুত্ব বিশ্লেষণ করতে পারবে; ৫. পণ্য বিপণনে গুদামজাতকরণের গুরুত্ব বিশ্লেষণ করতে পারবে; ৬. পণ্য বিপণনে প্রমিতকরণের প্রয়োজনীয়তা ব্যাখ্যা করতে পারবে; ৭. পণ্য বিপণনে পর্যায়িতকরণের গুরুত্ব বিশ্লেষণ করতে পারবে; ৮. প্রমিতকরণ ও পর্যায়িতকরণের মধ্যে পার্থক্য ব্যাখ্যা করতে পারবে; ৯. পণ্য বিপণনে বিজ্ঞাপনের গুরুত্ব বিশ্লেষণ করতে পারবে; ১০. বিপণন কার্যাবলির গুরুত্ব ও প্রয়োজনীয়তা বিশ্লেষণ করতে পারবে।	বিপণন কার্যাবলির ধারণা	১	১১শ	
		বিপণন কার্যাবলি			
		ক্রয়			
		বিক্রয়	১	১২শ	
		পরিবহন	১	১৩শ	
		গুদামজাতকরণ	১	১৪শ	
		প্রমিতকরণ	১	১৫শ	
		পর্যায়িতকরণ	১	১৬শ	
		মোড়কীকরণ	১	১৭শ	
		বিজ্ঞাপন	১	১৮শ	
বিপণন কার্যাবলির গুরুত্ব ও প্রয়োজনীয়তা	২	১৯শ ও ২০শ			
চতুর্থ অধ্যায়: বাজার বিভক্তিকরণ ও বিপণন মিশ্রণ	১. বাজারের ধারণা, বৈশিষ্ট্য ও শ্রেণিবিভাগ ব্যাখ্যা করতে পারবে; ২. বাজারের শ্রেণিবিভাগ বর্ণনা করতে পারবে; ৩. ভোক্তা বাজারের বৈশিষ্ট্য ব্যাখ্যা করতে পারবে; ৪. শিল্প বাজারের বৈশিষ্ট্য ব্যাখ্যা করতে পারবে; ৫. ভোক্তা বাজার ও শিল্প বাজারের মধ্যে পার্থক্য বৈশিষ্ট্য ব্যাখ্যা করতে পারবে; ৬. বাজার বিভক্তিকরণের ধারণা ব্যাখ্যা করতে পারবে; ৭. বাজার বিভক্তিকরণের ভিত্তি বিশ্লেষণ করতে পারবে; ৮. কার্যকর বাজার বিভক্তিকরণের বিবেচ্য বিষয় ব্যাখ্যা করতে পারবে; ৯. বিপণন মিশ্রণের ধারণা ব্যাখ্যা করতে পারবে; ১০. বিপণন মিশ্রণের উপাদানগুলো ব্যাখ্যা করতে পারবে।	বাজারের ধারণা ও বৈশিষ্ট্য	১	২১শ	
		বাজারের শ্রেণি বিভাগ	২	২২শ ও ২৩শ	
		ভোক্তা বাজার			
		শিল্প বাজার	২	২৪শ ও ২৫শ	
		বাজার বিভক্তিকরণের ধারণা	১	২৬শ	
		বাজার বিভক্তিকরণের ভিত্তি	৪	২৭শ-৩০শ	
		কার্যকর বাজার বিভক্তিকরণের বিবেচ্য বিষয়	১	৩১শ	
		বিপণন মিশ্রণের ধারণা	১	৩২শ	
		বিপণন মিশ্রণের উপাদান	৪	৩৩শ-৩৬শ	

অধ্যায় ও অধ্যায়ের শিরোনাম	শিক্ষাক্রম/পাঠ্যপুস্তকে উল্লিখিত শিখনফল	বিষয়বস্তু (পাঠ ও পাঠের শিরোনাম)	প্রয়োজনীয় ক্লাস সংখ্যা	ক্লাসের ক্রম	মন্তব্য
পঞ্চম অধ্যায়: পণ্য ও পণ্যের মূল্য নির্ধারণ	১. পণ্যের ধারণা ব্যাখ্যা করতে পারবে; ২. পণ্যের শ্রেণিবিভাগ বর্ণনা করতে পারবে; ৩. পণ্যের শ্রেণিবিভাগের ভিত্তিগুলো বর্ণনা করতে পারবে; ৪. ভোগ্য পণ্যের ধারণা, বৈশিষ্ট্য ও প্রকারভেদ বর্ণনা করতে পারবে; ৫. শিল্প পণ্যের ধারণা, বৈশিষ্ট্য ও প্রকারভেদ বর্ণনা করতে পারবে; ৬. শিল্প ও ভোগ্যপণ্যের মধ্যে পার্থক্য ব্যাখ্যা করতে পারবে; ৭. ভোগ্য পণ্যের বিপণনে বিবেচ্য বিষয়গুলো ব্যাখ্যা করতে পারবে; ৮. শিল্প পণ্যের বিপণনে বিবেচ্য বিষয়গুলো ব্যাখ্যা করতে পারবে ; ৯. পণ্যের জীবন চক্রের ধারণা ব্যাখ্যা করতে পারবে ; ১০. পণ্যের জীবন চক্রের স্তরসমূহ বিশ্লেষণ করতে পারবে; ১১. পণ্যের মূল্য নির্ধারণের ধারণা ব্যাখ্যা করতে পারবে; ১২. পণ্যের মূল্য নির্ধারণের উদ্দেশ্য ব্যাখ্যা করতে পারবে; ১৩. মূল্য নির্ধারণের পদ্ধতি বিশ্লেষণ করতে পারবে; ১৪. ডিসকাউন্ট ও রিবেট পদ্ধতি ব্যাখ্যা করতে পারবে।	পণ্যের ধারণা	১	৩৭শ	
		পণ্যের শ্রেণিবিভাগ	৩	৩৮শ-৪০শ	
		শিল্প পণ্য	২	৪১শ ও ৪২শ	
		ভোগ্যপণ্যের বিপণনে বিবেচ্য বিষয়	২	৪৩শ ও ৪৪শ	
		শিল্প পণ্যের বিপণনে বিবেচ্য বিষয়	২	৪৫শ ও ৪৬শ	
		পণ্যের জীবন চক্র	৩	৪৭শ-৪৯তম	
		পণ্যের মূল্য নির্ধারণের ধারণা	১	৫০তম	
		পণ্যের মূল্য নির্ধারণের উদ্দেশ্য	১	৫১তম	
		মূল্য নির্ধারণের পদ্ধতি এবং ডিসকাউন্ট ও রিবেট	৪	৫২তম-৫৫তম	
		বিক্রয় প্রসার ধারণা	১	৫৬তম	
		বিক্রয় প্রসারের গুরুত্ব	২	৫৭তম ও ৫৮তম	
		বিক্রয় প্রসার কৌশল	৪	৫৯তম- ৬২তম	
		বিজ্ঞাপনের ধারণা	১	৬৩তম	
		বিজ্ঞাপনের প্রয়োজনীয়তা	২	৬৪তম ও ৬৫তম	
বিজ্ঞাপন কার্যাবলি	২	৬৬তম ও ৬৭তম			
বিজ্ঞাপন মাধ্যমের প্রকারভেদ	৫	৬৮তম থেকে ৭২তম			
বিজ্ঞাপন মাধ্যম নির্বাচনে বিবেচ্য বিষয়	২	৭৩তম ও ৭৪তম			
বিজ্ঞাপন ও প্রচারের মধ্যে পার্থক্য	১	৭৫তম			
সর্বমোট			৭৫		

মানবন্টন: প্রশ্নের ধারা ও মানবন্টন অপরিবর্তিত থাকবে।