

Bachelor of Honours
**ACADEMIC CALENDAR
&
COURSE PLAN**

2014-2015



**Department of Marketing
Rajshahi College, Rajshahi**

Phone (Department) : 0721-771979

Phone (College off.) : 0721-770080

Fax (College) : 0721-771511

E-mail (Department) :

E-mail (College) : rajshahicollegebd@gmail.com

Website (Department) : www.managementrc.com

Website (College) : www.rc.edu.bd

মার্কেটিং বিভাগের সংক্ষিপ্ত ইতিহাস

বর্তমান সময়টা পরিবর্তনের, বিবর্তনের “বদলে যাও বদলে দাও।” পৃথিবীটা যেন পূর্বের তুলনায় অনেক বেশি জটিল হয়ে যাচ্ছে। মানুষগুলোও প্রতিনিয়ত পরিবর্তন আর নতুনত্বের দিকে দৌড়াচ্ছে। এর শেষ কথায়? ক্রমবর্ধমান বিশ্বায়ন, প্রযুক্তিগত উন্নয়ন এবং মুক্তবাজার ব্যবস্থাপনার প্রভাবে বিশ্ব আজ ক্রমধাবমান ও প্রতিনিয়ত পরিবর্তনশীল। উদ্ভূত নতুন বিশ্ব ব্যবস্থায় ব্যবসায় জগতকে প্রতিনিয়ত সম্মুখীন হতে হচ্ছে বিবিধ চ্যালেঞ্জের, যদিও এই পরিবর্তন সুযোগ এনে দিচ্ছে নতুন সম্ভাবনারও। ফলশ্রুতিতে বাজারজাতকরণ ক্রেতাকেন্দ্রিক। বাজারজাতকরণ ব্যবস্থাপককে প্রতিনিয়ত নতুন নতুন বিপণন উদ্দেশ্য, কৌশল এবং প্রয়োগ পদ্ধতি উন্নয়নে মনোনিবেশ করতে হচ্ছে। নতুন বাজারে প্রবেশ, বাজার বিস্তৃতি এরূপ প্রতিটি ক্ষেত্রে প্রতিষ্ঠানগুলোকে প্রতিদিন পরিবর্তন করতে হচ্ছে বাজারজাতকরণ রণকৌশলের।

যে বাজারজাতকরণের যাত্রা শুরু হয়েছিল শুধুমাত্র ‘পণ্য মতবাদকে’ ঘিরে সময়ের প্রয়োজনে আজ বাজারজাতকরণ কার্যক্রম আর্ভিত হচ্ছে ‘ক্রেতাকেন্দ্রিক মতবাদকে’ ঘিরে। দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধ উত্তর সামাজিক ও অর্থনৈতিক পরিবর্তন এবং ক্রেতার পছন্দের পরিবর্তনই বাজারজাতকরণ মতবাদ ক্রমবিকাশের মূল চালক। বিশ্বায়নের নির্ভরশীলতা মোকাবিলার নিমিত্তে, ব্যবসায় সংগঠনসমূহ ‘ক্রেতাকেন্দ্রিক’ রূপপরিগ্রহ করেছে। ক্রেতা ভ্যালু সৃষ্টি ও ক্রেতা সন্তুষ্টি অর্জন করা বাজারজাতকরণের মূল মন্ত্র।

বাজারজাতকরণের গুরুত্ব আজ ব্যবসায় জগতকে অতিক্রম করে সম্প্রসারিত হয়েছে সরকারি কার্যক্রমেও, Contry Branding একটি অন্যতম জলন্ত উদাহরণ। বাজারজাতকরণ শিক্ষা অনুরূপভাবে আজ আর শুধুমাত্র ব্যবসায় শিক্ষার্থীর মাঝে সীমাবদ্ধ নয়। বুয়েট এমনকি মেডিকেল কলেজগুলোতে মার্কেটিং পড়ানো হচ্ছে।

রাজশাহী কলেজকে কেন্দ্র করে বাংলাদেশের উত্তরাঞ্চলে বাণিজ্য শিক্ষার অগ্রযাত্রা শুরু, এরই ধারাবাহিকতায় ১৭.০৯.২০১২ শিক্ষামন্ত্রণালয়ের অনুমতিক্রমে চার বছর মেয়াদি মার্কেটিং বিষয়ে বিবিএ অনার্স এবং এমবিএ (মাস্টার্স) কোর্স চালু করা হয়। সম্মানীয় প্রফেসর ড. আলী রেজা মুহম্মদ আব্দুল মজিদ, অধ্যক্ষ, রাজশাহী কলেজ, রাজশাহী এবং প্রফেসর মহাঃ হবিবুর রহমান, উপাধ্যক্ষ, রাজশাহী কলেজ, রাজশাহী এক্ষেত্রে গতিশীল ভূমিকা পালন করেন। বর্তমানে চারজন শিক্ষকের সাহায্যে মার্কেটিং বিভাগ একাডেমিক এবং বিভাগীয় কার্যক্রম দক্ষতার সাথে সম্পাদন করেছে। বিভাগের একাডেমিক কার্যক্রম দক্ষতার সাথে বিশেষভাবে সম্পাদনে নিয়োজিত রয়েছেন ড. বিপ্লব কুমার মজুমদার, সহযোগী অধ্যাপক, বিভাগীয় প্রধান (মার্কেটিং বিভাগ) তাঁর গতিশীল নেতৃত্বে ও শিক্ষকদের সহযোগিতায় মার্কেটিং বিভাগ একবিংশ শতাব্দির চ্যালেঞ্জ মোকাবেলায় দক্ষ ও যোগ্য কর্মঠ গ্র্যাজুয়েট তৈরির লক্ষ্যে ব্যবসায় প্রশাসনবিষয়ক বিভিন্ন কোর্সে শিক্ষাদানের মাধ্যমে এগিয়ে যাচ্ছে অতি দ্রুত।

বিভাগের শিক্ষকমন্ডলীর পরিচিতি

নাম	পদবী
ড. বিপ্লব কুমার মজুমদার	সহযোগী অধ্যাপক
মো: গোলাম ফেরদৌস	সহকারী অধ্যাপক
মোহা. আব্দুস সালাম	প্রভাষক
প্রণব মুখার্জী	প্রভাষক

বিভাগের শ্রেণিভিত্তিক সমন্বয়কারী শিক্ষকগণের নাম

ক্রমিক নম্বর	বর্ষ	নাম
১.	প্রথম বর্ষ অনার্স	১. মো: গোলাম ফেরদৌস
		২. প্রণব মুখার্জী
২.	দ্বিতীয় বর্ষ অনার্স	১. ড. বিপ্লব কুমার মজুমদার
		২. মোহা. আব্দুস সালাম
৩.		
৪.		
৫.		

কর্মচারিবৃন্দের পরিচিতি

মোঃ শফিকুল ইসলাম	সেমিনার সহকারী কাম-কম্পিউটার অপারেটর
মো: সানিউল কবির	সেমিনার সহকারী কাম-কম্পিউটার অপারেটর
মোঃ আবুল কালাম আজাদ	এমএলএসএস

সহশিক্ষা কার্যক্রম :

- প্রতি শিক্ষাবর্ষের নবাগত শিক্ষার্থীদের 'রিসিপশন ও ওরিয়েন্টেশন' অনুষ্ঠানের মাধ্যমে বরণ;
- বার্ষিক ক্রীড়া এবং সাহিত্য ও সাংস্কৃতিক প্রতিযোগিতায় শিক্ষার্থীদের অংশগ্রহণ;
- জাতীয় দিবসসমূহ উদযাপন ও বিভিন্ন প্রতিযোগিতায় শিক্ষার্থীদের অংশগ্রহণ;
- বিভাগের উদ্যোগে দেয়াল পত্রিকা ও স্মরণিকা প্রকাশ;
- বাংলা নববর্ষ, বসন্ত উৎসব, বর্ষাবরণ, সরস্বতী পূজা, রবীন্দ্র, নজরুল জয়ন্তী উদযাপনে শিক্ষার্থীদের অংশগ্রহণ;
- বনভোজন ও শিক্ষা সফরে শিক্ষার্থীদের অংশগ্রহণ;
- শিক্ষা বিষয়ক সেমিনারের আয়োজন;
- রোভার্স স্কাউটস ছাত্র-ছাত্রীদের আত্মনির্ভরশীল করে তোলার জন্য বিভিন্ন সামাজিক কার্যক্রমে অংশগ্রহণ;
- বিএনসিসি জাতীয় প্রতিদ্বন্দ্বিতায় নিজেদের সম্পৃক্ত রাখার প্রত্যয়ে ছাত্র-ছাত্রীদের নিয়োজিত হওয়ার কার্যক্রম;
- বাঁধন স্বেচ্ছায় রক্তদান করে মানবতার সেবায় নিয়োজিত একটি সংগঠন;
- বরেন্দ্র থিয়েটার গ্রুপ থিয়েটার আন্দোলনভিত্তিক নাটক ও জীবনধর্মী চলচ্চিত্র বিষয়ক সংগঠন;
- অশেষণ জাতীয় পালাপার্বণে বিশুদ্ধ সাংস্কৃতিক চর্চার একটি সংগঠন;
- আরসিডিসি (রাজশাহী কলেজ ডিবেটিং ক্লাব) ছাত্র-ছাত্রীদের মেধা বিকাশের জন্য বিতর্ক চর্চামূলক সংগঠন;
- রাজশাহী কলেজ নাট্য সংসদ 'উদয়ের পথে আমরাও' এই ভাবনায় সৃষ্টিশীল ও ইতিবাচক নাট্য আন্দোলনে বিশ্বাসী এই সংগঠনটি আলো জ্বালানোর প্রত্যয় নিয়ে কাজ করছে;
- রাজশাহী কলেজ সঙ্গীত চর্চা কেন্দ্রের উদ্যোগে শিক্ষার্থীদের সঙ্গীতসহ অন্যান্য বিষয় শেখানো হয়;
- সরকারি প্রজ্ঞাপনের মাধ্যমে যে সব সহশিক্ষা কার্যক্রমের নির্দেশনা আসে তা আয়োজন করা।

একাডেমিক ক্যালেন্ডার

স্নাতক (অনার্স) পর্যায়

শিক্ষাবর্ষ : ২০১৪-২০১৫

(১০০ নম্বরের কোর্সের ৬০ ক্লাস ঘন্টা = ৪ ক্রেডিট, ৫০ নম্বরের কোর্সের ৩০ ক্লাস ঘন্টা = ২ ক্রেডিট)

১ম বর্ষ অনার্স			
পর্ব	ক্লাস (১৯০ কার্যদিবস)	পরীক্ষা	ফলাফল প্রকাশ
১ম ইনকোর্স	২২/০২/২০১৫ - ২৬/০৫/২০১৫ = ৬০ কার্যদিবস	২৭/০৫/২০১৫ ১০/০৬/২০১৫	---
	১০০ নম্বরের কোর্স (২৫ ক্লাস ঘন্টা) ৫০ নম্বরের কোর্স (১২ ক্লাস ঘন্টা)		
২য় ইনকোর্স	১১/০৬/২০১৫ - ০৪/১০/২০১৫ = ৫৮ কার্যদিবস	০৫/১০/২০১৫ ১৯/১০/২০১৫	---
	১০০ নম্বরের কোর্স (২৫ ক্লাস ঘন্টা) ৫০ নম্বরের কোর্স (১২ ক্লাস ঘন্টা)		
নির্বাচনী	২৮/১০/২০১৫ - ৩০/১১/২০১৫ = ২৮ কার্যদিবস	০১/১২/২০১৫ ১৫/১২/২০১৫	পরীক্ষা সমাপ্তির ২ সপ্তাহের মধ্যে
	১০০ নম্বরের কোর্স (১০ ক্লাস ঘন্টা) ৫০ নম্বরের কোর্স (০৬ ক্লাস ঘন্টা)		
২য় বর্ষ অনার্স			
পর্ব	ক্লাস	পরীক্ষা	ফলাফল প্রকাশ
১ম ইনকোর্স	ক্লাশ শুরুর তারিখ থেকে ১৫ সপ্তাহ	ক্লাস শুরুর ১৫ সপ্তাহের মধ্যে	---
	১০০ নম্বরের কোর্স (২৫ ক্লাস ঘন্টা) ৫০ নম্বরের কোর্স (১২ ক্লাস ঘন্টা)		
২য় ইনকোর্স	১ম ইনকোর্স পরীক্ষার পরবর্তী ১৫ সপ্তাহ	১ম ইনকোর্স পরীক্ষা থেকে পরবর্তী ১৫ সপ্তাহের মধ্যে	---
	১০০ নম্বরের কোর্স (২৫ ক্লাস ঘন্টা) ৫০ নম্বরের কোর্স (১২ ক্লাস ঘন্টা)		
নির্বাচনী	২য় ইনকোর্স পরবর্তী ১ মাস	২য় ইনকোর্স পরবর্তী ১ মাসের মধ্যে	পরীক্ষা সমাপ্তির ২ সপ্তাহের মধ্যে
	১০০ নম্বরের কোর্স (১০ ক্লাস ঘন্টা) ৫০ নম্বরের কোর্স (০৬ ক্লাস ঘন্টা)		
৩য় বর্ষ অনার্স			
পর্ব	ক্লাস	পরীক্ষা	ফলাফল প্রকাশ
১ম ইনকোর্স	ক্লাশ শুরুর তারিখ থেকে ১৫ সপ্তাহ	ক্লাস শুরুর ১৫ সপ্তাহের মধ্যে	---
	১০০ নম্বরের কোর্স (২৫ ক্লাস ঘন্টা) ৫০ নম্বরের কোর্স (১২ ক্লাস ঘন্টা)		
২য় ইনকোর্স	১ম ইনকোর্স পরীক্ষার পরবর্তী ১৫ সপ্তাহ	১ম ইনকোর্স পরীক্ষা থেকে পরবর্তী ১৫ সপ্তাহের মধ্যে	---
	১০০ নম্বরের কোর্স (২৫ ক্লাস ঘন্টা) ৫০ নম্বরের কোর্স (১২ ক্লাস ঘন্টা)		
নির্বাচনী	২য় ইনকোর্স পরবর্তী ১ মাস	২য় ইনকোর্স পরবর্তী ১ মাসের মধ্যে	পরীক্ষা সমাপ্তির ২ সপ্তাহের মধ্যে
	১০০ নম্বরের কোর্স (১০ ক্লাস ঘন্টা) ৫০ নম্বরের কোর্স (০৬ ক্লাস ঘন্টা)		
৪র্থ বর্ষ অনার্স			
পর্ব	ক্লাস	পরীক্ষা	ফলাফল প্রকাশ
১ম ইনকোর্স	ক্লাশ শুরুর তারিখ থেকে ১৫ সপ্তাহ	ক্লাস শুরুর ১৫ সপ্তাহের মধ্যে	---
	১০০ নম্বরের কোর্স (২৫ ক্লাস ঘন্টা) ৫০ নম্বরের কোর্স (১২ ক্লাস ঘন্টা)		
২য় ইনকোর্স	১ম ইনকোর্স পরীক্ষার পরবর্তী ১৫ সপ্তাহ	১ম ইনকোর্স পরীক্ষা থেকে পরবর্তী ১৫ সপ্তাহের মধ্যে	---
	১০০ নম্বরের কোর্স (২৫ ক্লাস ঘন্টা) ৫০ নম্বরের কোর্স (১২ ক্লাস ঘন্টা)		
নির্বাচনী	২য় ইনকোর্স পরবর্তী ১ মাস	২য় ইনকোর্স পরবর্তী ১ মাসের মধ্যে	পরীক্ষা সমাপ্তির ২ সপ্তাহের মধ্যে
	১০০ নম্বরের কোর্স (১০ ক্লাস ঘন্টা) ৫০ নম্বরের কোর্স (০৬ ক্লাস ঘন্টা)		

* কলেজ কর্তৃপক্ষ প্রয়োজনে যে কোন কার্যক্রম বা সময়সূচি পরিবর্তন করতে পারে।

ছাত্র ও অভিভাবকদের জ্ঞাতব্য

- ১। বিবিএ (অনার্স) পরীক্ষায় অংশগ্রহণের যোগ্যতা হিসাবে মোট লেকচার ক্লাসের ৭৫% উপস্থিতি থাকতে হবে। বিশেষ ক্ষেত্রে অধ্যক্ষ বিভাগীয় প্রধানের সুপারিশের ভিত্তিতে উপস্থিতি ৭৫%-এর কম এবং ৬০% বা তার বেশি থাকলে তা বিবেচনার জন্য সুপারিশ করতে পারবেন। ৭৫% এর কম উপস্থিতির জন্য পরীক্ষার্থীকে পরীক্ষার ফরম পূরণের সময় ৫০০ (পাঁচশত) টাকা নন-কলেজিয়েট ফি অবশ্যই জমা দিতে হবে।
- ২। পরীক্ষার জন্য প্রেরিত পরীক্ষার্থীর আবেদনপত্রে অধ্যক্ষ/বিভাগীয় প্রধান প্রত্যয়ন করবেন যে-
(র) পরীক্ষার্থীর আচরণ সন্তোষজনক;
(রর) লেকচার ক্লাসে, ব্যবহারিক ক্লাসে, ইন-কোর্সে ও মাঠ পর্যায়ে তার উপস্থিতি সন্তোষজনক;
(ররর) পরীক্ষার্থী কলেজের সকল অভ্যন্তরীণ পরীক্ষায় উত্তীর্ণ হয়েছে এবং বিশ্ববিদ্যালয় কর্তৃক আরোপিত সকল শর্ত পূরণ করেছে।
- ৩। ক্লাস শিক্ষক নির্ধারিত কার্যক্রমে শিক্ষার্থীদের সক্রিয়ভাবে অংশগ্রহণ করতে হবে।
- ৪। জাতীয় বিশ্ববিদ্যালয়ের সিলেবাস ও কোর্সসমূহে কোন পরিবর্তন আসলে কলেজ কর্তৃপক্ষ তা বিবেচনায় আনবেন।
- ৫। ইনকোর্স পরীক্ষাসহ অন্যান্য পরীক্ষার নির্দিষ্ট তারিখে অংশগ্রহণে ব্যর্থ হলে পরিবর্তিত আর উক্ত পরীক্ষা দেয়ার সুযোগ থাকবে না।
- ৬। নির্বাচনী পরীক্ষার ফলাফল আনুষ্ঠানিকভাবে প্রকাশ এবং ভাল ফলাফল অর্জনকারী ও ক্লাসে সর্বাধিক উপস্থিত শিক্ষার্থীদের পুরস্কৃত করা হবে।
- ৭। ছাত্র-ছাত্রীদের প্রত্যেক পরীক্ষার পূর্বে বেতন অন্যান্য ফি হালনাগাদ পরিশোধ করে প্রবেশপত্র সংগ্রহ করতে হবে।
- ৮। কোন ছাত্র-ছাত্রীদের কলেজের শৃঙ্খলা পরিপন্থী কোন কাজ করলে কর্তৃপক্ষ বহিষ্কারসহ আইনানুগ যে কোন শাস্তিমূলক ব্যবস্থা নিতে পারবেন।
- ৯। এই প্রতিষ্ঠানের নিয়মশৃঙ্খলা বজায় রাখতে এবং সবচেয়ে ভাল ফলাফল করতে সকল ছাত্র-ছাত্রীর প্রচেষ্টা ও অভিভাবকবৃন্দের সহযোগিতা আমাদের কাম্য।
- ১০। ধর্মীয় অনুষ্ঠানাদি চান্দ্রমাসের ওপর নির্ভরশীল হওয়ায় উল্লিখিত ছুটির তারিখ পরিবর্তিত হতে পারে।
- ১১। প্রয়োজনে যে কোন কার্যক্রম কর্তৃপক্ষ পরিবর্তন করতে পারে।

Course Plan

BBA Honours
1st Year
Session : 2014-2015



Department of Marketing
Rajshahi College, Rajshahi.

**Department of Marketing
Rajshahi College, Rajshahi.**

1st Year BBA Honours (2014-15)

Courses and Marks Distribution

Course Code	Course Title	Marks	Credits
212601	Introduction to Business	100	4
212603	Principles of Management	100	4
212605	Financial Accounting	100	4
212607	Principles of Marketing-I	100	4
212609	Introduction to Computer	100	4
211501	History of the Emergence Independent of Bangladesh	100	4
Total		600	24

Course Plan

Detailed Syllabus

Paper Code : 212301	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	INTRODUCTION TO BUSINESS		
Course Teacher:	Pranab Mukherjee		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1st In-course (25 Lectures)	1 st	The Business Enterprise: Foundation of Business and Economics, Form of Business Ownership, Entrepreneurship, Franchising and Small Business.	7	Pranab Mukherjee
	2 nd	The Environment for Business: Social Responsibility and Business Ethics, Business Law and Government, International Business.	6	
	3 rd	Management and Organization: Fundamentals of Management, Organizing the Business, Managing production and Operation.	6	
	4 th	Human Resources: Human Relation and Motivation, Managing Human Resources, Labor Management Relations.	6	
2nd In-course (25 Lectures)	5 th	Marketing : Marketing Strategy, Product & Price, Distribution and Promotion.	9	
	6 th	1. Financial Management: Money and Banking, Financial Management, Investment and Personal Finance, Risk Management and Insurance.	8	
	7 th	Accounting and Information Systems: Accounting Fundamentals, Computers and Management Information Systems.	8	
Test (10 Lectures)	1 st to 7 th	Revision	10	

Book Recommended :

1. Steven J. Skinner & John M Ivanceich : *Introduction to Business*

Book Reference :

1. Straub and Attner : *Introduction to Business*, Kent Publishing Company, Boston, Massachusetts, USA

Paper Code : 212303	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	PRINCIPLES OF MARKETING – I		
Course Teacher:	Prof. Md. Abu Taleb Sarker		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1 st In-course (25 Lectures)	1 st	Marketing: Creating and Capturing Customer Value Marketing Defined, The Marketing Process- Understanding the Marketplace and Customer Needs- Designing a Customer Driven Marketing Strategy- Preparing an integrated Marketing Plan and Program- Building Customer Relationships- Capturing Value from Customers-The Changing Marketing Landscape- The Digital Age, Rapid globalisation, The Call for More Ethics and Social Responsibility, The growth of Non-for-Profit Marketing.	5	Prof. Md. Abu Taleb Sarker
	2 nd	Company and Marketing Strategy: Partnering to Build Customer Relationships: Companywide Strategic Planning: Defining Marketing's Role, Planning Marketing: Partnering to Build Customer Relationships -Marketing Strategy and the Marketing Mix-Customer- Driven Marketing Strategy, Developing an Integrated Marketing Mix.-Managing the Marketing Effort-Marketing Analysis, Marketing Planning-Marketing Implementation and Control.	5	
	3 rd	Analyzing the Marketing Environment: The Company's Micro-environment-The Company's Macro-environment Responding to the Marketing Environment.	5	
	4 th	Managing Marketing Information to Gain Customer Insights: Assessing Marketing Information Needs, Developing Marketing Information, Marketing Research, Analysing and using Marketing Information, Other Marketing Information Considerations.	5	
	5 th	Consumer Markets and Consumer Buyer Behavior: Model of Consumer Behavior, Characteristics Affecting Consumer Behavior-Types of Buying Decision Behavior-The Buyer Decision Process-The Buyer Decision Process for New Products.	5	
2 nd In-course (25 Lectures)	6 th	Business Markets and Business Buyer Behavior: Business Markets -Business Buyer Behavior -Institutional and Government Markets.	5	
	7 th	Customer-Driven Marketing Strategy: Creating Value for Target Customers: Market Segmentation- Segmenting Consumer Markets, Segmenting Business Markets, Segmenting, International Markets, Requirements for effective Segmentation-Market Targeting- Evaluating Market Segments, Selecting Target Market Segments, Socially Responsibility Target Marketing-Differentiation and Positioning – Choosing a Differentiation and Positioning Strategy, Communicating and Delivering the Chosen Position.	5	
	8 th	Products, Services, and Brands: Building Customer Value What is a Product- Products, Services, and Experiences, Levels of Product and Services, Product and Service Classifications-Product and Service Decisions- Individual Product and Service Decisions, Product Line Decisions, Product Mix Decisions-Branding Strategy: Building Strong Brands- Brand Equity, Building Strong Brands, Managing Brands-Services Marketing-Nature and Characteristics of a Service, Marketing Strategies for Service firms.	5	
	9 th	New-Product Development and Product Life Cycle Strategies: New- Product Development Strategy, The New-Product Development Process-Managing New- Product	5	

		Development- Customer Centered New- Product Development, Team-Based New-Product Development, Systematic New-Product Development-Product Life-Cycle Strategies Additional Product and Service Considerations – Product Decisions and Social Responsibility, International Product and Services Marketing.		
	10 th	Pricing : Understanding and Capturing Customer Value: What is a Price?-Factors to Consider When Setting Prices-Customer Perceptions of Value, Company and Product costs, other Internal and External Considerations, Affecting Price Decisions.	5	
Test (10 Lectures)	1 st to 10 th	Revision	10	

Book Recommended :

1. Philip Kotler & Gary Armstrong : *Principles of Marketing*, Prentice Hall

Reference Book :

1. W.J. Stanton, Etzel & Walker : *Fundamentals of Marketing*, McGraw-Hill International Book Company

Paper Code : 212305	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	FINANCIAL ACCOUNTING		
Course Teacher:	Md. Abdus Salam		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1st In-course (25 Lectures)	1 st	Introduction: Definition and Terms of Accounting – The Accounting Process- Accounting Information- Accounting Systems- Financial Accounting Information- Basic Functions of Accounting Systems- Designing and Installing Accounting System- Users of Accounting Information- External Financial Reporting.	5	Md. Abdus Salam
	2 nd	Management Accounting Information: Internal Users of Accounting Information- Objectives of Management Accounting – Integrity of Accounting Information- Institutional Features- Professional Organizations-Ethical Issues in Accounting.	5	
	3 rd	Basic Financial Statements: The Accounting Equation-The effects of Business Transactions on the Equation-Income Statement-Statement of Cash Flow.	5	
	4 th	The Accounting Cycle: The Ledger-The Use of Accounts- Debit and Credit Entries – Recording Transactions in Ledger Accounts.	5	
5 th	The Journal: Net Income- Retained Earnings- Revenues- Expenses- The Accrual Basis of Accounting – Dividends- Recording Revenues and Expenses- The Trial Balance.	5		
2nd In-course	6 th	Reporting Financial Results: Adjusting Entries- Converting Assets to Expenses- The Concept of Depreciation- Converting	5	

		Liabilities to Revenue- Accruals- Final Adjusting Entries- Adjusting Entries and Accounting Principles.		
	7 th	Preparing Financial Statements: Closing Temporary Accounts- Summary of the Closing Process- After Closing Trial Balance- The Worksheet.	5	
	8 th	Accounting for Merchandising Activities: Income Statement of a Merchandising Company- General Ledger Accounts- Perpetual Inventory Systems- Periodic Inventory Systems.	5	
	9 th	Modifying an Accounting System: Transactions Relating to Purchases-Transactions Relating to Sales- Evaluating the Performance of Merchandising.	5	
	10 th	Inventories and the Cost of Goods Sold: Flow of Inventory Costs-Physical Inventories- FIFO-LIFO- Liquidity of Inventory.	5	
Test (10 Lectures)	1 st to 10 th	Revision	10	

Book Recommended :

1. Meigs, Williams, Haka and Beltner : *Financial Accounting*, McGraw Hill Inc.

Reference Book:

1. Weygandt, Kimmel & Kieso : *Accounting Principles*, John Wiley & Sons Inc.

Paper Code : 212307	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	PRINCIPLES OF MANAGEMENT		
Course Teacher:	Kazi Rashed Karim		

Exam.	Chapter	Content	Lecture	Teacher
1st In-course (25 Lectures)	1 st	Management Science, Theory and Practice Definition of Management- It's Managing: Science or Art? –The elements of science- Functions of Managers- Management Principles.	5	Kazi Rashed Karim
	2 nd	Planning: Nature of Plans – Types of Plans- Steps in Planning- Tools and Techniques for Planning- The Planning Process.	5	
	3 rd	Objectives: Nature of Objectives- The Process of MBO- Setting Objectives-Benefits and Weaknesses of MBO.	5	
	4 th	Decision Making: The Importance and Limitations of rational Decision Making –Search for alternatives- Evaluation of alternatives- Selecting an alternative- Decision Making under Certainty, uncertainty & Risk- Modern Approaches to Decision Making under uncertainty- Evaluating the importance of a Decision–Decision Support Systems.	5	
	5 th	Organizing: Formal & Informal Organisation- Organisational Division- Organisational Levels & the span of Management- Factors determining an effective span.	5	
2nd In-course (25)	6 th	Organisational Structure: Departmentation: Departmentation by simple numbers- Departmentation by time- Departmentation by function–Departmentation by Territory- Customer	5	

		Departmentation- Process or Equipment Departmentation- Departmentation by product- Matrix Organisation- Choosing the pattern of Departmentation.		
	7 th	Line/Staff Authority and Decentralization: Authority & Power- line and staff concepts- Functional Authority – Benefits & Limitations of Staff – Decentralisation of Authority – Delegation of Authority – Factors Determining the Degree of Decentralisation of Authority.	5	
	8 th	Leading: Human Factors in Managing-Motivation & Motivators- Motivation: The carrot and the stick- An early Behavioral Model: McGregor’s Theory X and Theory Y- Hierarchy of need Theory Leadership Behavior and Styles.	5	
	9 th	Controlling: The Basic Control Process- Critical Control Points and Standards- Control as a Feedback System- Requirements for Effective Control.	5	
	10 th	Committee and Group Decision Making: The nature of Committees- Reasons for using Committees- Disadvantages of committees- Misuse of Committees.	5	
Test (10 Lectures)	1 st to 10 th	Revision	10	

Book Recommended :

1. Harold Koontz Heinz Weihrich : *Management*, McGraw Hill Book Company

Reference Book:

1. James A F Stonner and R Edward Freeman: *Management*, Prentice Hall of India Private Limited, New Delhi.

Paper Code : 212309	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	INTRODUCTION TO COMPUTER		
Course Teacher:	Kazi Rashed Karim		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1st In-course (25 Lectures)	1 st	Overview: What is a Computer System?, Computer Hardware, Computer Software, Types of Computer Systems, Computing Trends: Connectivity, Online Access, Interactivity, Connectivity, Telecommunicating, Telescoping, and E-mail and Voice Mail, Online Information Access: Examples of Databases, Online Services and Networks, and BBSs (Bulletin Board System), Interactivity: Multimedia Computers, TV/PC æSmart Boxes”, Personal Digital Assistants etc.	9	Kazi Rashed Karim
	2 nd	Computer Hardware: Input Hardware, Processing Hardware, Storage Hardware, Output Hardware.	8	
	3 rd	Computer Software: Applications Software, Systems Software.	8	
2nd In-course (25 Lectures)	4 th	Information Management: Management Information Systems, How does Management make decision?, Types of Information System, Developing and implementing a Management Information System.	9	
	5 th	Purchasing and Maintaining a Microcomputer System: Purchasing a System: What to Consider, Maintaining a System, The Environmentally Aware Computer User.	8	
	6 th	Practical: Operating Systems: Windows98, Word Processing: Microsoft Word, Spreadsheet Analysis: Microsoft Excel, Presentation: Microsoft Powerpoint, Basic Hardware & Troubleshooting, Internet & E-mail operation.	8	
Test (10 Lectures)	1 st to 10 th	Revision	10	

Book Recommended :

1. Sarah E. Hutchinson & Stacey C. Sawyer: *Computers and Information Systems*, McGraw Hill Companies Inc.

Reference Book:

1. Suresh K. Basandra : *Computer Systems Today*, Wheeler Publishing New- Delhi

Paper Code: 211501	Marks: 100	Credits: 4	Class Hours: 60
Paper Title:	History of the Emergence of Independent Bangladesh		
Course Teacher:	1. Dr. Lutfor Rahman (Political Science) 2. Md. Jahangir Alam (Political Science)		

ভূমিকা: স্বাধীন বাংলাদেশের অভ্যুদয়ের ইতিহাস-পরিধি ও পরিচিতি

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1 st In-course (25 Lectures)	1 st	১। দেশ ও জনগোষ্ঠীর পরিচয় ক) ভূ প্রকৃতির বৈশিষ্ট্য ও প্রভাব খ) নৃতাত্ত্বিক গঠন গ) ভাষা ঘ) সংস্কৃতির সমন্বয়বাদিতা ও ধর্মীয় সহনশীলতা ঙ) অভিন্ন বাংলার পরিপ্রেক্ষিতে তৎকালীন পূর্ববঙ্গ ও বর্তমান বাংলাদেশের স্বকীয় সত্তা	5	LR
	2 nd	২। অখন্ড স্বাধীন বাংলা রাষ্ট্র গঠনের প্রয়াস ও উপমহাদেশের বিভক্তি, ১৯৪৭ ক) ঔপনিবেশিক শাসন আমলে সাম্প্রদায়িকতার উদ্ভব ও বিস্তার খ) লাহোর প্রস্তাব, ১৯৪০ গ) অখন্ড স্বাধীন বাংলা রাষ্ট্র গঠনের উদ্যোগ, ১৯৪৭ ও পরিণতি ঘ) পাকিস্তান সৃষ্টি, ১৯৪৭	5	JA
	3 rd	৩। পাকিস্তান: রাষ্ট্রীয় কাঠামো ও বৈষম্য ক) কেন্দ্রীয় ও প্রাদেশিক কাঠামো খ) সামরিক ও বেসামরিক আমলাতন্ত্রের প্রভাব গ) অর্থনৈতিক, সামাজিক ও সাংস্কৃতিক বৈষম্য	5	LR
	4 th	৪। ভাষা আন্দোলন ও বাঙালির আত্মপরিচয় প্রতিষ্ঠা ক) মুসলিম লীগের শাসন ও গণতান্ত্রিক রাজনীতির সংগ্রাম খ) আওয়ামী লীগের প্রতিষ্ঠা, ১৯৪৯ গ) ভাষা আন্দোলন: পটভূমি ও ঘটনা প্রবাহ ঘ) হক-ভাসানী-সোহরাওয়ার্দীর যুক্তফ্রন্ট, ১৯৫৪ সালের নির্বাচন ও পরিণতি	5	JA
	5 th	৫। সামরিক শাসন: আইয়ুব খান ও ইয়াহিয়া খানের শাসনামল (১৯৫৮-৭১) ক) সামরিক শাসনের সংজ্ঞা ও বৈশিষ্ট্য খ) আইয়ুব খানের ক্ষমতা দখল ও শাসনের বৈশিষ্ট্য (রাজনৈতিক নিপীড়ন, মৌলিক গণতন্ত্র, ধর্মের রাজনৈতিক ব্যবহার) গ) আইয়ুব খানের পতন ও ইয়াহিয়া খানের শাসন, এক ইউনিট বিলুপ্তিকরণ, সার্বজনীন ভোটাধিকার, এলএফও (Legal Framework Order)	5	LR
2 nd In-course (25 Lectures)	6 th	৬। জাতীয়তাবাদের বিকাশ ও স্বাধিকার আন্দোলন ক) সাংস্কৃতিক আত্মসনের বিরুদ্ধে প্রতিরোধ ও বাঙালি সংস্কৃতির উজ্জীবন খ) শেখ মুজিবুর রহমানের ৬-দফা আন্দোলন গ) ৬-দফা আন্দোলনের প্রতিক্রিয়া, গুরুত্ব ও তাৎপর্য ঘ) আগরতলা মামলা, ১৯৬৮	5	JA
	7 th	৭। ১৯৬৯-এর গণঅভ্যুত্থান ও ১১-দফা আন্দোলন ক) পটভূমি খ) আন্দোলনের কর্মসূচী, গুরুত্ব ও পরিণতি	5	LR
	8 th	৮। ১৯৭০ এর নির্বাচন, অসহযোগ আন্দোলন ও বঙ্গবন্ধুর স্বাধীনতা ঘোষণা ক) নির্বাচনের ফলাফল এবং তা মেনে নিতে কেন্দ্রের অস্বীকৃতি খ) অসহযোগ আন্দোলন, বঙ্গবন্ধুর ৭ই মার্চের ভাষণ, অপারেশন সার্চলাইট গ) বঙ্গবন্ধুর স্বাধীনতা ঘোষণা ও হেফতার	5	JA

	9 th	<p>৯। মুক্তিযুদ্ধ ১৯৭১</p> <p>ক) গণহত্যা, নারী নির্যাতন, শরণার্থী</p> <p>খ) বাংলাদেশ সরকার গঠন ও স্বাধীনতার ঘোষণাপত্র</p> <p>গ) স্বতঃস্ফূর্ত প্রাথমিক প্রতিরোধ ও সংগঠিত প্রতিরোধ (মুক্তিফৌজ, মুক্তিবাহিনী, গেরিলা ও সম্মুখ যুদ্ধ)</p> <p>ঘ) মুক্তিযুদ্ধে প্রচার মাধ্যম (স্বাধীন বাংলা বেতার কেন্দ্র, বিদেশী প্রচার মাধ্যম ও জনমত গঠন)</p> <p>ঙ) ছাত্র, নারী ও সাধারণ মানুষের অবদান (গণযুদ্ধ)</p> <p>চ) মুক্তিযুদ্ধে বৃহৎশক্তি সমূহের ভূমিকা</p> <p>ছ) দখলদার বাহিনী, শান্তিকমিটি, আলবদর, আলশামস, রাজাকার বাহিনী, রাজনৈতিক দল ও দেশীয়</p> <p>অন্যান্য সহযোগীদের স্বাধীনতাবিরোধী কর্মকাণ্ড ও বুদ্ধিজীবী হত্যা</p> <p>জ) পাকিস্তানে বন্দি অবস্থায় বঙ্গবন্ধুর বিচার ও বিশ্বপ্রতিক্রিয়া</p> <p>ঝ) প্রবাসী বাঙালি ও বিশ্বের বিভিন্ন দেশের নাগরিক সমাজের ভূমিকা</p> <p>ঞ) মুক্তিযুদ্ধে ভারতের অবদান</p> <p>ট) যৌথ বাহিনী গঠন ও বিজয়</p> <p>ঠ) স্বাধীনতা সংগ্রামে বঙ্গবন্ধুর নেতৃত্ব</p>	5	LR
	10 th	<p>১০। বঙ্গবন্ধু শেখ মুজিবুর রহমানের শাসনকাল, ১৯৭২-১৯৭৫</p> <p>ক) স্বদেশ প্রত্যাবর্তন</p> <p>খ) সংবিধান প্রণয়ন</p> <p>গ) যুদ্ধ বিধ্বস্ত দেশ পুনর্গঠন</p> <p>ঘ) সপরিবারে বঙ্গবন্ধু হত্যা ও আদর্শিক পটপরিবর্তন</p>	5	JA
Test (10 Lectures)	1 st to 10 th	Revision	10	

History of the Emergence of Independent Bangladesh

Introduction: Scope and description of the emergence of Independent Bangladesh.
Writing on this topic.

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1 st In-course (25 Lectures)	1 st	<p>1. Description of the country and its people.</p> <p>a. Geographical features and their influence.</p> <p>b. Ethnic composition.</p> <p>c. Language.</p> <p>d. Cultural syncretism and religious tolerance.</p> <p>e. Distinctive identity of Bangladesh in the context of undivided Bangladesh.</p>	5	
	2 nd	<p>2. Proposal for undivided sovereign Bengal and the partition of the Sub Continent, 1947.</p> <p>a. Rise of communalism under the colonial rule, Lahore Resolution 1940.</p> <p>b. The proposal of Suhrawardi and Sarat Bose for undivided Bengal : consequences</p> <p>c. The creation of Pakistan 1947 .</p>	5	
	3 rd	<p>3. Pakistan: Structure of the state and disparity.</p> <p>a. Central and provincial structure.</p> <p>b. Influence of Military and Civil bureaucracy.</p>	5	

		C . Economic , social and cultural disparity		
	4 th	4. Language Movement and quest for Bengali identity a. Misrule by Muslim League and Struggle for democratic politics . b. The Language Movement: context and phases . c. United front of Haque – Vasani – Suhrawardi: election of 1954, consequences.	5	
	5 th	5. Military rule: the regimes of Ayub Khan and Yahia Khan (1958-1971) a. Definition of military rules and its characteristics. b. Ayub Khan’s rise to power and characteristics of his rule (Political repression, Basic democracy, Islamisation) c. Fall of Ayub Khan and Yahia Khan’s rule (Abolition of one unit, universal suffrage, the Legal Framework Order)	5	
2 nd In-course (25 Lectures)	6 th	6. Rise of nationalism and the Movement for self determination . a. Resistance against cultural aggression and resurgence of Bengali culture. b. Sheikh Mujibur Rahman and the six point movement c. Reactions : Importance and significance d. The Agortola Case 1968.	5	
	7 th	7. The mass- upsurge of 1969 and 11 point movement: background,programme and significance.	5	
	8 th	8. Election of 1970 and the Declaration of Independence by Bangobondhu a. Election result and centres refusal to comply b. The non co-operation movement, the 7 th March , Address , Operation Searchlight Declaration of Independence by Bangobondhu and his arrest	5	
	9 th	9. The war of Liberation 1971 a. Genocide, repression of women, refugees b. Formation of Bangladesh government and proclamation of Independence c. The spontaneous early resistance and subsequent organized resistance (Mukti Fouz, Mukti Bahini, guerillas and the frontal warfare) d. Publicity Campaign in the war of Liberation (Shadhin Bangla Betar Kendra, the Campaigns abroad and formation of public opinion) e. Contribution of students, women and the masses (Peoples war) f. The role of super powers and the Muslim states in the Liberation war. g. The Anti-liberation activities of the occupation army, the Peace Committee, Al-Badar, Al-Shams, Rajakars, pro Pakistan political parties and Pakistani Collaborators , killing of the intellectuals. h. Trial of Bangabondhu and reaction of the World Community. i. The contribution of India in the Liberation War j. Formation of joint command and the Victory k. The overall contribution of Bangabondhu in the Independence struggle.	5	
	10 th	10. The Bangabondhu Regime 1972-1975 a. Homecoming b. Making of the constitution c. Reconstruction of the war ravaged country d. The murder of Bangabondhu and his family and the ideological turn-around.	5	
Test (10 Lectures)	1 st to 10 th	Revision	10	

সহায়ক গ্রন্থ

১. নীহার রঞ্জন রায়, *বাঙালীর ইতিহাস*, দে' জ পাবলিশিং, কলকাতা ১৪০২ সাল।
২. সালাহ উদ্দিন আহমেদ ও অন্যান্য (সম্পাদিত), *বাংলাদেশের মুক্তি সংগ্রামের ইতিহাস ১৯৪৭-১৯৭১*, আগামী প্রকাশনী, ঢাকা ২০০২।
৩. সিরাজুল ইসলাম (সম্পাদিত), *বাংলাদেশের ইতিহাস ১৭০৪-১৯৭১*, ৩ খন্ড, এশিয়াটিক সোসাইটি অব বাংলাদেশ, ঢাকা ১৯৯২।
৪. ড. হারুন-অর-রশিদ, *বাংলাদেশ: রাজনীতি, সরকার ও শাসনতান্ত্রিক উন্নয়ন ১৭৫৭-২০০০*, নিউ এজ পাবলিকেশন্স, ঢাকা ২০০১।
৫. ড. হারুন-অর-রশিদ, *বাঙালির রাষ্ট্রচিন্তা ও স্বাধীন বাংলাদেশের অভ্যুদয়*, আগামী প্রকাশনী, ঢাকা ২০০৩।
৬. ড. হারুন-অর-রশিদ, *বঙ্গবন্ধুর অসমাপ্ত আত্মজীবনী পুনর্পাঠ*, দি ইউনিভার্সিটি প্রেস লিমিটেড, ঢাকা ২০১৩।
৭. ড. আতফুল হাই শিবলী ও ড. মোঃ মাহবুবুর রহমান, *বাংলাদেশের সাংবিধানিক ইতিহাস ১৭৭৩-১৯৭২*, সুবর্ণ প্রকাশন, ঢাকা ২০১৩।
৮. মুনতাসির মামুন ও জয়ন্ত কুমার রায়, *বাংলাদেশের সিভিল সমাজ প্রতিষ্ঠার সংগ্রাম*, অবসর, ঢাকা ২০০৬।
৯. আতিউর রহমান, *অসহযোগ আন্দোলনের দিনগুলি: মুক্তিযুদ্ধের প্রস্তুতি পর্ব*, সাহিত্য প্রকাশ, ঢাকা ১৯৯৮।
১০. ড. মোঃ মাহবুবুর রহমান, *বাংলাদেশের ইতিহাস*, ১৯০৫-৪৭, তাম্রলিপি, ঢাকা ২০১১।
১১. ড. মোঃ মাহবুবুর রহমান, *বাংলাদেশের ইতিহাস*, ১৯৪৭-১৯৭১, সময় প্রকাশন, ঢাকা ২০১২।
১২. সৈয়দ আনোয়ার হোসেন, *বাংলাদেশের স্বাধীনতা যুদ্ধে পরাশক্তির ভূমিকা*, ডানা প্রকাশনী, ঢাকা ১৯৮২।
১৩. আবুল মাল আবদুল মুহিত, *বাংলাদেশ: জাতিরাষ্ট্রের উদ্ভব*, সাহিত্য প্রকাশ, ঢাকা ২০০০।
১৪. শেখ মুজিবুর রহমান, *অসমাপ্ত আত্মজীবনী*, দি ইউনিভার্সিটি প্রেস লিমিটেড, ঢাকা ২০১২।
১৫. সিরাজ উদ্দীন আহমেদ, *একাত্তরের মুক্তিযুদ্ধ: স্বাধীন বাংলাদেশের অভ্যুদয়*, ইসলামিক ফাউন্ডেশন, ঢাকা ২০১১।
১৬. জয়ন্ত কুমার রায়, *বাংলাদেশের রাজনৈতিক ইতিহাস*, সুবর্ণ প্রকাশন, ঢাকা ২০১০।
১৭. Harun-or-Roshid, *The Foreshadowing of Bangladesh: Bengal Muslim League and Muslim Politics, 1906-1947*, The University Press Limited, Dhaka 2012.
১৮. Rounaq Jahan, *Pakistan: Failure in National Integration*, The University Press Limited, Dhaka 1977.
১৯. Talukder Maniruzzaman, *Radical Politics and the Emergence of Bangladesh*, Mowla, Brothers, Dhaka 2003.
২০. মেসবাহ কামাল ও ঈশানী চক্রবর্তী, *নাচালের কৃষক বিদ্রোহ, সমকালীন রাজনীতি ও ইলা মিত্র*, উত্তরণ, ঢাকা ২০০৮।
২১. মেসবাহ কামাল, *আসাদ ও উনসত্তরের গণঅভ্যুত্থান*, বিবর্তন, ঢাকা ১৯৮৬।

**Department of Marketing
Rajshahi College, Rajshahi.**

2nd Year BBA Honours (2014-15)

Courses and Marks Distribution

Paper Code	Paper Title	Marks	Credits
212301	Introduction to Business	100	4
212303	Principles of Marketing-I	100	4
212305	Financial Accounting	100	4
212307	Principles of Management	100	4
212309	Introduction to Computer	100	4
211501	History of the Emergence Independent of Bangladesh	100	4
	Total =	600	24

Course Plan

2nd Year Honours (2014-15)

Detailed Syllabus

Paper Code : 222301	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	BUSINESS COMMUNICATION		
Course Teacher:	1. Dr. Md. Seraj Uddin 2. Pronab Mukherjee		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1 st In-course (25 Lectures)	1 st	Fundamentals of Business Writings: Basic Introductory Words; Adaptation and the Selection of Words; Construction of Clear Sentences and Paragraphs; Writing for Effect.	9	SU
	2 nd	Pattern of Business Letters: Directness in Initiating Routine Letters; Answering Routine Letters; Indirectness for Bad News and Persuasion; Memorandums.	8	PM
	3 rd	Applications to Specific Letter Situations: Persuasion in Sales Writing; Pattern Variations in Collections; Strategy in Job Application.	8	SU
2 nd In-course (25 Lectures)	4 th	Fundamentals of Report Writing: Basics of Report Writing; Report Structure, the Shorter Form; Long Formal Reports.	9	PM
	5 th	Standards and Physical Aspects of Communication: Graphic Aids to Communication; Physical Presentation of Reports & Letters; Correctness of Communication.	8	SU
	6 th	Other Forms of Business Communication: Public Speaking and Oral Reporting; Different Forms of Oral Communication; Documentation and Bibliography.	8	PM
Test (10 Lectures)	1 st to 6 th	Revision	10	

Book Recommended :

1. Raymond V. Lesiker : *Basic Business Communication*, Tata McGraw Hill Education Private Ltd, New Delhi.

Reference Book:

1. Betty R. Ricks & K. F. Gow : *Business Communication*, John Wiley & Sons, Inc, N.Y.

Paper Code : 222303	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	FUNDAMENTALS OF FINANCE		
Course Teacher:	Md. Abdus Salam		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1st In-course (25 Lectures)	1 st	Introduction: Definition of Finance- Functions of Finance- Goal of a firm- Profit Maximization vs. Value Creation- Management vs. Shareholders.	5	Md. Abdus Salam
	2 nd	Financial Environments: Sole Proprietorship- Partnership- Corporation- Income tax- Corporate tax- Capital gain tax- Sales tax- VAT- Import duties- Purpose of financial market- Money and capital market- Primary and Secondary market- Financial intermediaries and brokers.	5	
	3 rd	Time value of Money: Simple and compound interest- Future value (FVn) and Present value (PVo) – Discount rate- Annuities, Ordinary Annuity and Annuity Due, Compounding more than once a year.	5	
	4 th	Valuation of Long Term Securities: Book Value vs. Market Value- Bond, Face value, Coupon rate, bond with finite maturity- Sem-annual compounding of interest- Preferred stock, and Common stock valuation- Constant growth, yield to maturity (YTM) on bonds.	5	
	5 th	Risk and Return: Defining risk and return- Probability distribution to measure risk- Attributes towards risk- Diversification- Capital – asset pricing model (CAPM) – Efficient financial market.	5	
2nd In-course (25 Lectures)	6 th	Capital Budgeting: Capital budgeting and its process- Generating investment- Project Proposals- Estimating project after tax incremental operating cash flow- Sunk cost and opportunity cost- Alternative methods for evaluation and selection of project- Payback period (PBP)- Internal Rate of Return (IRR) under interpolation- Net Present value (NPV) – Profitability Index (PI).	5	
	7 th	Cost of Capital: Value creation- Cost of debt- Preferred stock and equity – CAPM approach, Beta- Risk free rate & Market Return- WACC.	5	
	8 th	Short Term Financing: COD-CBD- Credit with or without Discount- Seasonal dating under spontaneous source- Trade acceptance – Commercial paper- Factoring – Bank loan under negotiated source.	5	
	9 th	Long Term Financing: Project financing – Debenture- Bond- Equipment trust Certificate- Income bond under borrowed funds and their features- Features and rights of common & Preferred stock under equity funds.	5	
	10 th	Mid Term Financing: Term loan and its major sources- Chattel mortgage, conditional sale- Lease and its different ways of classifications- Traditional lease- Sale and lease back system-	5	

		Leveraged lease.		
Test (10 Lectures)	1 st to 10 th	Revision	10	

Book Recommended :

- Horne, James C. Van & Wachowicz : *Fundamentals of Financial Management*,
John M. Jr. Pearson Education Inc. (Aisa), New Delhi

Reference Book:

- Charles P. Jones, : *Introduction to Financial Management*, Richard
D.Irwin Inc. USA

Paper Code : 222305	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	BUSINESS STATISTICS- I		
Course Teacher:	1. Sufia Akther 2. Md. Abdullah Al Mamaun		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1st In-course (25 Lectures)	1 st	1. What and Why Introduction- Statistics Defined- Statistical Data- Statistical Methods- Statistics: Science or Art- Functions of Statistics- Scope of Statistics- Statistics and the Computer- Limitations of Statistics- Distrust of Statistics- Problems.	5	SA
	2 nd	2. Collection of Data Secondary Data- Internal Data- Primary Data- Designing a Questionnaire- Pretestign the Questionnaire- Specimen Questionnaire- Editing Primary Data- Problems.	5	AAM
	3 rd	3. Presentation of Data Classification of Data- Formation of a Frequency Distribution- Classification according to Class Intervals- Principles of Classification- Tabulation of Data- Review of the Table- Types of Tables- Parts of a Table- Charting Data- General Rules for Constructing Diagrams- Types of Diagrams- One-Dimensional or Bar Diagrams- Two- Dimensional Diagrams- Pictograms and Cartograms- Choice of a Suitable Diagram- Graphs- Graphs of Time Series or Line Graphs- Graphs of Frequency Distributions- Limitations of Charts- Problems.	5	SA
	4 th	4. Measures of Central Tendency Objectives of Averaging- Characteristics of a Good Average- Arithmetic Mean- Weighted Arithmetic Mean- Median- Mode- Geometric Mean- Harmonic Mean- Progressive Average- Which Average to Use? – General Limitations of an Average- Miscellaneous Illustrations- Problems.	5	AAM

	5 th	5. Measures of Variation Introduction- Significance of Measuring Variation- Properties of a Good Measure of Variation- Methods of Studying Variation- Range- The Interquartile Range or Quartile Deviation- The Average Deviation- The Standard Deviation- Lorenz Curve- Which Measure of Variation to Use? – Miscellaneous Illustrations- Problems.	5	SA
2 nd In-course (25 Lectures)	6 th	6. Skewness, Moments and Kurtosis Measures of Skewness- Moments- Kurtosis- Miscellaneous Illustrations- Problems.	5	AAM
	7 th	7. Correlation Analysis Significance of the Study of Correlation- Correlation and Causation- Types of Correlation- Methods of Studying Correlation- Scatter Diagram Method- Karl Pearson's Co-efficient of Correlation – Rank Correlation Co-efficient- Method of Least Squares- Lag and Lead in Correlation- Miscellaneous Illustrations- Problems.	5	SA
	8 th	8. Regression Analysis Introduction- Difference between Correlation and Regression- The Linear Bivariate Regression Model- Regression Lines- Regression Equations of Y on X- Regression Co-efficients- Regression Equations in Bivariate – Grouped Frequency Distributions- Standard Error of Estimate- Miscellaneous Illustrations- Problems.	5	AAM
	9 th	9. Index Numbers: Concepts and Applications Uses of Index Numbers- Problems in the Construction of Index Numbers- Methods of Constructing Index Numbers- Unweighted Index Numbers- Weighted Index Numbers- Quantity Index Numbers- Volume Index Numbers- Tests for Perfection- The Chain Index Numbers- Base Shifting, Splieing and Deflating the Index Numbers- Consumer Price Index Numbers- Index Numbers of Industrial Production- Limitations of Index Numbers- Miscellaneous Illustrations- Problems.	5	SA
	10 th	10. Business Forecasting and Time Series Analysis: Introduction- Steps in Forecasting- Methods of Forecasting – Business Forecasting and Time Series Analysis- Components of Time Series- Straight Line Trend- Methods of Measurement- Free Hand or Graphic Method- Method of Semi- Averages- Method of Least Squares- Non- Linear Trend- Method of Moving Averages- Second Degree Parabola – Measuring Trends by Logarithms- Growth Curves- Conversion of Annual Trend Values to Monthly Trend Values- Selecting Type of Trend- Measurement of Seasonal Variations- Method of Simple Averages- Ratio- to- Trend Method- Ratio- to – Moving Average Method- Link Relative Method- Which Method to Use- Measurement of Cyclical Variations- Measurement of Irregular Variations- Cautions While using Forecasting Techniques- Miscellaneous illustrations- Problems.	5	AAM

Test (10 Lectures)	1 st to 10 th	Revision	10	
-----------------------	--	----------	----	--

Book Recommended :

1. S.P. Gupta and M.P. Gupta : *Business Statistics*, S. Chand & Sons, New Delhi.

Reference Book:

1. R.I. Levin & D.S. Rubin : *Statistics for Management*, Prentice Hall Inc. New Delhi.

Paper Code : 222307	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	BUSINESS MATHEMATICS		
Course Teacher:	Dr. Biplab Kumar Mozumder		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1 st In-course (25 Lectures)	1 st	1. Theory of Sets A Set- Elements of a Set- Methods of Describing a Set- Types of Sets- Venn Diagrams- Operations on Sets- Intersection of Sets- Union of Sets- Complement of a Set- De- Morgan's Law- Difference of two Sets- Symmetric Difference- Algebra of Sets- Duality- Partition of a Set- Regrouping of the Sets- Number of Elements in a Finite Set- Ordered Pair- Cartesian Product- Set Relations- Properties of Relations- Binary Relations- Functions or Mapping –Types of Mapping.	5	Dr. Biplab Kumar Mozumder
	2 nd	2. Real Number System Number System- The Natural Numbers (N)- Addition on N- Multiplication on N- Order Relations on N- The Integers (I) – Prime Numbers (P) – Modulo (m)- Rational Numbers (Q)- Properties of (Q) – Irrational Numbers (Ri)- Real Numbers (R)- Properties of (R)- Modulus of Real Number-Imaginary Numbers- Complex Numbers.	5	
	3 rd	3. Indices and Surds Indices- Positive Indices- Fractional Indices- Operation with Power Functions- Surds- Operations on Surd- Rationalising Factor- Root of Mixed Surd.	5	
	4 th	4. Logarithms Introduction- Laws of Operations- Logarithmic Tables- Operations with Logarithms- Compound Interest- Depreciation- Annuities.	5	
	5 th	5. Equations: Linear, Quadratic, Cubic and Higher Order Equations- Identities- Inequalities-Grouping Symbols- General Solution-Degree of an Equation- Simultaneous Linear Equations-Quadratic Equations- Solution of Quadratic Equations- Reciprocal Equations- Nature of the Roots- Symmetrical Expressions- Formation of an Equation- Solution of Simultaneous Equations- Cubic and Bi-	5	

		quadratic Equations.		
2 nd In-course (25 Lectures)	6 th	6. Permutations and Combinations Fundamental Rule of Counting- Permutations- Factorial Notation-Permutation of Different Things- Circular Permutations- Permutations of Things not all Different- Restricted Permutaions- Combinations- Complementary Theorems- Restricted Combinations- Combinations of Things not All Different.	5	
	7 th	7. Circular Functions and Trigonometry Introduction- Measurement of Angles- Trigonometric Ratios- Relations between Trigonometric Functions- Signs of Trigonometric Function- Trigonometric Functions of Standard Angles- Use of Printed Tables- T-Ratios of Allied Angles- T-Ratios of Sum and Difference of Angles- T-Ratios of Multiple Angles- Transformation of Products and Sums- Trigonometric Identities- Properties of a Triangle- Solutions for a Triangle.	5	
	8 th	8. Differential Calculus Introduction- Differentiation- Derivative of a Function of one Variable- Derivative of a Power – Function- Derivative of a Constant with a Function- Derivative of the Sum of Functions- Derivative of the Product of Two Functions- Derivative of the Quotient of Two Functions- Derivative of the Function of a Function- Derivative of Trigonometric Functions- Derivative of Logarithmic Function- Differentiation by the Method of Substitution – Logarithmic Differentiation- Differentiation of Implicit Functions- Derivative as a Rate Measure- Successive Differentiation- Maclaurin’s Series- Points of Inflexion- Maxima and Minima- Partial Differentiation- Total Differentiaation.	5	
	9 th	9. Integral Calculus Introduction- Indefinite Integral- Rules of Integration- Some Standard Results- Integration by Substitution- Integration of Trigonometric Functions- Some Standard Integrals- Integrals Reducible to Standard Form- Integration by Parts- Integration by Partial Fractions- Definite Integral – Properties.	5	
	10 th	Matrix Algebra Introduction- Definition- Types of Matrices- Scalar Multiplication of a Matrix- Equality of Matrices- Matrix Operations- Addition and Subtraction- Multiplication- Properties- Transpose of a Matrix- Determinants of a Square Matrix- Determinants of Order Two- Cramer’s Rule- Determinants of Order Three- Sarrus Diagram- Properties of Determinants- Expansion of the Determinants- Minors of a Matrix- Adjoint of A Square Matrix- Inverse of a Matrix- Simultaneous Equations- Gauss Elimination Method- Rank of Matrix.	5	
Test (10 Lectures)	1 st to 10 th	Revision	10	

Book Recommended :

1. D.C. Sancheti & V.K. Kapoor : *Business Mathematics*, S. Chand & Sons, New Delhi, India.

Reference Book:

1. Gordon D. Prichett & John C. Saber : *Mathematics*, Richard D. Irwin Inc. Boston

Paper Code : 222309	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	INSURANCE AND RISK MANAGEMENT		
Course Teacher:	Md. Abdur Razzaque		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1st In-course (25 Lectures)	1 st	Introduction of Insurance: Origin and History- Definition- Nature- Scope- Role- Social and Economic values of Insurance. Fundamental Principles- Insurance Contract.	9	Md. Abdur Razzaque
	2 nd	Life Assurance: Contract-Kinds of policies and annuities- Mortality Table-Claims and Settlement-Premium plans- Computation of net Premium-Calculations of reserve Surplus and its distribution.	8	
	3 rd	Marine Insurance: Contract-Types of Policies-Marine Losses-Claims and Settlement.	8	
2nd In-course (25 Lectures)	4 th	Fire Insurance: Contract- Claims and Settlement- Reinsurance. Miscellaneous Insurance: Postal Life Insurance; Group Insurance; Accident Insurance; Automobile Insurance .	9	
	5 th	Risk Management: Definition of Risk-Classification of Risk- Insurance as a Device for Handling Risk. Objectives of Risk Management. Fire Hazards, Physical and Moral Hazards, Approaches Towards Risk Prevention. Peril.	8	
	6 th	Insurance Business in Bangladesh: Present pattern of Insurance Business –Jiban Bima Corporation-Sadharan Bima Corporation-American Life Insurance Company and other Private Insurance Companies of Bangladesh.	8	
Test (10 Lectures)	1 st to 6 th	Revision	10	

Book Recommended :

1. M.N. Misra : *Insurance: Principles and Practice*, S. Chan & Co. Ltd., New Delhi.

Reference Book:

1. C. Arthur Williams, Jr. & Richard M. Heins: *Risk Management & Insurance*, McGraw Hill Book Company, New York.

Paper Code : 222311	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	MICRO-ECONOMICS		
Course Teacher:	Afroza Begum		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1 st In-course (25 Lectures)	1 st	1. Nature and Methodology of Economics: a) Nature of Economics: Definition b) Nature of Economics: Scope and Methods c) Partial Equilibrium and General Equilibrium Analysis	9	Afroza Begum
	2 nd	2. Theory of Demand: a) Utility Analysis of Demand b) Indifference Curve Technique c) Indifference Curve Analysis of Demand d) Elasticity of Demand e) Consumer's Surplus	8	
	3 rd	3. Theory of Production: a) Factors of Production b) Scale of Production c) Laws of Returns d) Cost and Cost Curves e) Supply	8	
2 nd In-course (25 Lectures)	4 th	4. Product Pricing: a) Market and Market Structures b) Revenue and Revenue Curves c) Equilibrium of the Firm and Industry: General d) Equilibrium of the Firm under Perfect, Monopoly and Monopolistic Competition	13	
	5 th	5. Factor Pricing: a) General Theory of Factor Pricing b) Wages, Rent, Interest and Profit	12	
Test (10 Lectures)	1 st to 5 th	Revision	10	

Book Recommended:

1. K. K. Dewett, M.H. Navalur and J. Khuntia : *Modern Economic Theory* Shyam Lal Cheritable Trust, New Delhi.

Reference Book:

1. Paul A. Samuelson & William D. Nordhaus: *Economics*, McGraw Hill Book Company, New York.

Paper Code : 222313	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	AGRICULTURAL MARKETING		
Course Teacher:	Prof. Md. Abu Taleb Sarker		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1st In-course (25 Lectures)	1 st	The Analytical Approach: The Agricultural Marketing System, A Framework of Theory for Market Analysis, Agricultural product and Marketing.	9	Prof. Md. Abu Taleb Sarker
	2 nd	Food Market and Institutions: Food Consumption and Marketing, Food Processing and Manufacturing, Food Wholesaling and Retailing, The International Markets for Food.	8	
	3 rd	Prices and Marketing Costs : Price Analysis and the Exchange Function, Demand and Supply for Farm Product, Cyclic Movement in Production and Prices, Seasonal Price Movement, Hedging in Future Contracts, Effects of Speculation in Future Contracts.	8	
2nd In-course (25 Lectures)	4 th	Functional and Organizational Issues The Changing Organization of Food Markets, Cooperative Marketing, Market Information, Standardization and Grading, Transportation, Storage.	9	
	5 th	Government and Agricultural Marketing Government Price, Income and Marketing Programs, Food Marketing Regulation.	8	
	6 th	Marketing System of Some Agricultural Commodities: Jute, Rice, Tea, Mango, Leather, Poultry, Shrimp, Sugar, Salt, Vegetables etc.	8	
Test (10 Lectures)	1 st to 6 th	Revision	10	

Book Recommended :

1. Geoffrey S, Shepherd & Gene A. Futrell : *Marketing Farm Products*, The Iowa State University Press/Ames

Reference Book:

1. Richard L. Kohls & Joseph N. Uhi : *Marketing of Agricultural Products*, Richard Irwin Inc.

**Department of Marketing
Rajshahi College, Rajshahi.**

3rd Year BBA Honours (2014-15)

Courses and Marks Distribution

Paper Code	Paper Title	Marks	Credits
232301	Principles of Marketing- II	100	4
232303	Organizational Behavior	100	4
232305	Financial Management	100	4
232307	Business Statistics- II	100	4
232309	Advertising & Promotion	100	4
232311	Legal Aspects of Marketing	100	4
232313	Macro Economics	100	4
232315	Taxation in Bangladesh	100	4
	Total =	800	32

Detailed Syllabus

Paper Code : 232301	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	PRINCIPLES OF MARKETING – II		
Course Teacher:	Prof. Md. Abu Taleb Sarker		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1st In-course (25 Lectures)	1 st	<p>Pricing Strategies New-Product Pricing Strategies: Market- Skimming Pricing- Market-Penetration Pricing. Product Mix Pricing Strategies: Product Line Pricing- Optional Product Pricing- Captive-Product Pricing- By-Product Pricing- Product Bundle Pricing. Price- Adjustment Strategies: Discount and Allowance Pricing- Segmented Pricing- Psychological Pricing- Promotional Pricing- Geographical Pricing- Dynamic Pricing-International Pricing.</p>	7	Prof. Md. Abu Taleb Sarker
	2 nd	<p>Marketing Channels: Delivering Customer Value Supply Chains and the Value Delivery Network The Nature and Importance of Marketing Channels: How Channel Members Add Value- Number of Channel Levels Channel Behavior and Organization: Channel Behavior- Vertical Marketing Systems- Horizontal Marketing Systems- Multichannel Distribution Systems- Changing Channel Organization. Channel Design Decisions: Analyzing Consumer Needs- Setting Channel Objectives- Identifying Major Alternatives- Evaluating the Major Alternatives- Designing International Distribution Channels. Channel Management Decisions: Selecting Channel</p>	6	

		Members- Managing and Motivating Channel Members- Evaluating Channel Members. Public Policy and Distribution Decisions – Marketing Logistics and Supply Chain Management: Nature and Importance of Marketing Logistics- Goals of the Logistics System- Major Logistics Functions- Integrated Logistics Management- Reviewing Objectives – Discussing & Applying the Concepts- Marketing by the Numbers.		
	3 rd	Retailing and Wholesaling: Types of Retailers- Retailer Marketing Decisions- The Future of Retailing. Types of Wholesalers- Wholesaler Marketing Decisions- Trends in Wholesaling- Reviewing Objectives- Discussing & Applying the Concepts – Marketing by the Numbers.	6	
	4 th	Communicating Customer Value: Integrated Marketing Communications Strategy: The Promotion Mix- Integrated Marketing Communications- Setting the Total Promotion Budget and Mix- Socially Responsible Marketing Communication- Advertising and Public Relations- Personal Selling and Sales Promotion- Personal Selling- Managing the Sales Force- The Personal Selling Process.	6	
2 nd In-course (25 Lectures)	5 th	Direct and Online Marketing: Building Direct Customer Relationships, The New Direct Marketing Model- Growth and Benefits of Direct Marketing- Customer Databases and Direct Marketing- Forms of Direct Marketing- Online Marketing- Public Policy Issues in Direct Marketing	9	
	6 th	The Global Marketplace: Global Marketing Today, Looking at the Global Marketing Environment, Deciding Whether to Go Global, Deciding Which Markets to Enter, Deciding How to Enter the Market, Deciding on the Global Marketing Program, Deciding on the Global Marketing Organization	8	
	7 th	Sustainable Marketing: Social Responsibility and Ethics, Sustainable Marketing- Social Criticisms of Marketing- Consumer Actions to Promote Sustainable Marketing- Business Actions toward Sustainable Marketing.	8	
Test (10 Lectures)	1 st to 7 th	Revision	10	

Book Recommended :

1. Philip Kotler & Gary Armstrong : *Principles of Marketing*, Prentice Hall Inc.

Reference Book:

1. W.J. Stanton, Etzel & Walker : *Fundamentals of Marketing*, McGraw Hill Book Company

Paper Code : 232303	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	ORGANIZATIONAL BEHAVIOR		
Course Teacher:	Md. Abdur Razzaque		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1st In-course (25 Lectures)	1 st	The Dynamics of People and Organizations: Understanding Organizational Behavior, Fundamental Concepts, Basic Approaches.	5	Md. Abdur Razzaque
	2 nd	Models of Organizational Behavior: An Organizational Behavior System, Models of Organizational Behavior.	4	
	3 rd	Social Systems and Organizational Culture: Social Culture, Role -Status, and Organizational Culture.	4	
	4 th	Appraising and Rewarding System: A complete Program, Organizational Behavior and Performance Appraisal, Economic incentive Systems.	4	
	5 th	Leadership: The Nature of Leadership, Behavioral Approaches to Leadership Style, Contingency Approaches of Leadership Style.	4	
	6 th	Empowerment and Participation: The Nature of Empowerment and Participation, How Participation Works, Programs for Participation, Important Considerations in Participation.	4	
2nd In-course (25 Lectures)	7 th	Employee Attitude and Their Effects: The Nature of Employee Attitudes, Effects of Employee Attitudes, Studying Job Satisfaction.	5	
	8 th	Interpersonal Behavior: Conflict in Organizations, Assertive Behavior, Power & Politics.	5	
	9 th	Informal and Formal Groups: Group Dynamics, Types of Groups, The Nature of Informal Organizations, Formal Groups.	5	
	10 th	Teams and Team Building: Organizational Context for Teams, Teamwork, Team Building.	5	
	11 th	Managing Change: Change at Work, Resistance to Change, Implementing Change Successfully, And Understanding Organizational Development.	5	
Test (10 Lectures)	1 st to 11 th	Revision	10	

Book Recommended :

1. John W. Newstrom & Keith Davis : *Organisational Behavior*, Tata McGraw Hill Publishing Company, New-Delhi.

Reference Book:

1. Stephen P. Robbins : *Organizational Behavior*, Prentice Hall of India Pvt. Ltd. New Delhi

Paper Code : 232305	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	FINANCIAL MANAGEMENT		
Course Teacher:	Dr. Biplab Kumar Mozumder		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1st In-course (25 Lectures)	1 st	Nature of Financial Management: Definition and role of financial management, areas of financial management, finance and related disciplines, scope of finance function, job of financial manager, financial goals: profit maximization vs. wealth maximization, conflict of goals: management Vs. owners, financial goal and firm's objective, functions of treasurer and controller, classification of finance and principles of business finance.	5	Dr. Biplab Kumar Mozumder
	2 nd	Time Value of Money: Present value and future value of single amounts, Annuities and mixed cash flows, semiannual and other compounding periods, continuous compounding, effective annual interest rate, amortizing loan.	5	
	3 rd	Capital Budgeting: Importance of investment decisions, types of investment decisions, investment evaluation criteria, estimating cash flows, different methods of project evaluation: BP, ARR, NPV, IRR, PI, Incremental Approach.	5	
	4 th	Financial Statement Analysis: Users of financial analysis, types of ratio and their comparison, utility of ratio, cautions in using ratio analysis, different problems of ratio analysis.	5	
	5 th	Cost of Capital: Importance, definition, assumptions explicit and implicit costs, measurement of value component costs of debt and equity capital, weighted average cost of capital.	5	
2nd In-course (25 Lectures)	6 th	Working Capital Management: Nature of working capital, determining financing mix, determination of working capital, working capital financing: trade credit, Bank credit, mode of security, lending norms, forms of financing/style of credit, framework of lending, commercial papers, factoring, functions of a factor.	5	
	7 th	Intermediate Term Financing & Leasing: Uses and types of intermediate terms debt, characteristics of leasing arrangement, sources of lease arrangements, types of lease, and reasons for leasing, lease vs. borrow purchase analysis.	5	
	8 th	Operating and Financial Leverage: Meaning of leverage, operating leverage and financial leverage, degree of operating leverage (DOL) and the break- even point, EVIT- EPS break-even analysis, DFL and financial risk, degree of total leverage (DTL) and total firm risk.	5	
	9 th	Capital Structure Determination: Net operating income approach, traditional approach, the total value principle, market imperfections and incentives issues, the effect of taxes.	5	
	10 th	Introduction to Capital Market: Shares and debentures, SEC, Stock Exchange in Bangladesh-problems and prospects.	5	

Test (10 Lectures)	1 st to 10th	Revision	10	
-----------------------	----------------------------	----------	----	--

Book Recommended :

1. M Y Khan and P K Jain : *Financial Management*, Tata McGraw Hill Publishing Company, New-Delhi.

Reference Book:

1. James C. Van Horne & John M. Wachowicz: *Fundamentals of Financial Management*, Prentice Hall of India Pvt. Ltd., New Delhi

Paper Code : 232307	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	BUSINESS STATISTICS-II		
Course Teacher:	Md. Abdullah Al Mamnu		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1 st In-course (25 Lectures)	1 st	Probability: What is Probability – Elements of Set Theory- Counting Techniques- Events-Addition Law- Conditional Probability- Multiplication Law- Dependent Events- Independent Events- Bayes’ Theorem- Miscellaneous illustrations- Problems.	5	Md. Abdullah Al Mamnu
	2 nd	Probability Distribution: Random Variable, Probability Function- Binomial Distribution- Poisson Distribution- Negative Binomial Distribution- Multinomial Distribution- Hypergeometric Distribution- Normal Distribution- Uniform Distribution- Exponential Distribution- Miscellaneous illustrations- Problems.	5	
	3 rd	Sampling and Sampling Distributions: Introduction- Purpose of Sampling- Principles of Sampling – Methods of Sampling – Random Sampling Methods- Non –Random Sampling Methods – Size of Sample – Merits of Sampling Method- Limitations of Sampling – Sampling and Non-Sampling errors- Sampling Distribution- Central Limit Distribution- The Universe Distribution- The Sample Distribution- The Sampling Distributions- Sampling Distributions of the Difference between Two Means- Sampling Distributions of the Number of Successes- Sampling Distribution of the Difference of two proportions - Miscellaneous illustrations- Problems .	5	
	4 th	Estimation of Parameters: Introduction- Statistical Estimation- Point Estimation- Properties of a Good Estimator- Method of Maximum Likelihood- Interval Estimation- Confidence Limits for Population Mean- Confidence Limits for Population Proportion- Confidence Limits for Difference of Two Means- Confidence Limits for Difference of Two Proportions- Determination of a Proper Sample Size- Miscellaneous illustrations- Problems.	5	
	5 th	Test of Hypothesis: Introduction- Procedure of Testing	5	

		Hypothesis- Type I and Type II Errors – One- Tailed and Two –Tailed Tests- Tests of Hypothesis concerning Large Samples- Testing Hypothesis about Population Mean- Testing Hypothesis about the Difference between Two Means- Tests of Hypothesis concerning Attributes- Testing Hypothesis about Population Proportion- Testing Hypothesis about the Difference between Two Proportions- Miscellaneous illustrations- Problems.		
2nd In-course (25 Lectures)	6 th	Small Sampling Theory: Introduction- Properties of t- Distribution- Test of Hypothesis about the Population Mean- Test of Hypothesis concerning the Difference between Two Means- Tests of Hypothesis about the Difference between Two Means with Dependent Samples- Test of Hypothesis concerning Coefficient of Correlation- The F- Distribution- Miscellaneous illustrations- Problems.	7	
	7 th	Chi-Square Test: Introduction- Chi-Square Distribution- Chi-Square Test- Yate’s Corrections for Continuity- Grouping when Frequencies are Small- Sampling Distribution of the Sample Variance- Confidence Interval for Variance – Tests of Hypothesis Concerning Variance- Test of Independence- Test of Goodness of Fit- Test of Homogeneity- Cautions while Applying X2 Test- Miscellaneous illustrations- Problems.	6	
	8 th	Analysis of Variance: Introduction- Assumptions in Analysis of Variance- One-Way Classification Model- Two-Way Classification Model- Miscellaneous illustrations- Problems.	6	
	9 th	Partial and Multiple Correlation and Regression: Partial Correlation- Partial Correlation Coefficients- Partial Correlation Coefficients in Case of More than Three Variables- Second Order Partial Correlation Coefficients- Multiple Correlation- Multiple Regression- Miscellaneous illustrations- Problems.	6	
Test (10 Lectures)	1 st to 9 th	Revision	10	

Book Recommended :

1. S.P. Gupta and M.P. Gupta : *Business Statistics*, S. Chand and Sons, New Delhi, India.

Reference Book:

1. Richard I. Levin and D.S. Rubin : *Statistics for Management*, Prentice Hall of India Pvt. Ltd. New Delhi

Paper Code : 232309	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	ADVERTISING AND PROMOTION		
Course Teacher:	Pranab Mukherjee		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1st In-course (25 Lectures)	1 st	An Introduction to Integrated Marketing Communications: The growth of Advertising and Promotion, The Promotional Mix: The Tools for IMC, The IMC Planning Process.	7	Pranab Mukherjee
	2 nd	Organizing for Advertising and Promotion: The role of Ad Agencies and Other Marketing Communications Organizations- Participants in the Integrated Marketing Communications Process: An overview, The Client's Role, Advertising Agencies, Agency Compensation, Evaluation Agencies, IMC Services.	6	
	3 rd	The Communication Process: The Nature of Communication, Communication Problems in International Marketing, A Basic Model of Communication, Analysis the Receiver, The Response Process, Cognitive Processing of Communications.The communication process	6	
	4 th	Establishing Objectives and Budgeting for the Promotional Program: The Value of Objectives, Determining Promotional Objectives, Sales Vs Communications Objectives, DAMAR: An Approach to Setting Objectives, Problems in Setting Objectives, Establishing and Allocating the Promotional Budget.	6	
2nd In-course (25 Lectures)	5 th	Direct Marketing and The Internet: Direct Marketing, The Database, Direct Selling, Evaluating the Effectiveness of Direct Marketing, Measuring Effectiveness of Direct Marketing, Online Social Media, Advantages and Disadvantages of the Internet.	7	
	6 th	Sales promotion: Public relations, Publicity, and Corporate Advertising	6	
	7 th	Personal Selling: The Scope of Personal Selling, The Role of Personal Selling in the IMC Program, Advantages and Disadvantages of Personal Selling, Combining Personal Selling with Other promotional Tools, Evaluating the Personal Selling Effort.	6	
	8 th	Media Planning and Strategy: An Overview of Media	6	

		Planning, Developing the Media Plan, Market Analysis and Target Market Identification, Establishing Media Objectives, Developing and Implementing Media Strategies, Evaluation and Follow-Up, Characteristics of Media.		
Test (10 Lectures)	1 st to 8th	Revision	10	

Book Recommended :

1. Geroge E. Belch & Michael A. Belch : *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective*, (Seventh/ Eighth Edition) McGraw-Hill Irwin Publications.

Reference Book:

1. Kenneth E. Clow and Donald Baack : *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*, Pearson, Publishing Company.

Paper Code : 232311	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	Legal Aspects of Marketing		
Course Teacher:	Md. Habibur Rahman		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1st In-course (25 Lectures)	1 st	An Overview: Meaning of Legal Environment-Rationale for Understanding Legal Environment-The Demand for Legislation- The Demand for Consumer Protection-Law Influencing Marketing Decision-Law against Deceptive Practice.	13	Md. Habibur Rahman
	2 nd	Law of Contract: The Details of Essentials of Law of Contract, Termination and Breach of Contracts.	12	
2nd In-course (25 Lectures)	3 rd	Sale of Goods Act: Essential Elements, Transfer of Ownership Conditions and Warranties.	13	
	4 th	Other Important Acts: Agricultural Produce Markets Regulation Act-1964, Bangladesh Control of Essential Commodities Act-1956, Hats and Bazar Ordinance-1959, Pure Food Ordinance- 1969, Trade Marks Act-1940, Patent Design Act-1911, Standards of Weights and Measure Ordinance-1982, Drug Policy-1982, The Payment of Wages Act-1936, The Industrial Relation Ordinance-1969, The Shops and Establishment Rules 1970 Consumers Protection law- 2009, Other Laws. Acts and Ordinance relating to Marketing.	12	
Test (10 Lectures)	1 st to 4th	Revision	10	

Books Recommended :

1. A.K.Sen and J.K.Mitra : *Commercial Law*, The World Press Pvt. Ltd, Calcutta
2. M.C. Shukla : *A Manual of Mercantile Law*, S. Chand & Company Ltd, New Delhi

Reference Book:

1. Relevant Statutes and Manuals

Paper Code : 232313	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	MACRO ECONOMICS		
Course Teacher:	Afroza Begum		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1 st In-course (25 Lectures)	1 st	1. Social Accounting: a) Social Accounting b) National Income: Meaning and Concept	13	Afroza Begum
	2 nd	2. Theory of Income Determination: a) Theory of Employment b) Determination of National Income c) Determinants of Income and Employment: Propensity to Consume d) Determinants of National Income and Employment: Inducement to Invest e) Multiplier and Accelerator f) Wages and Employment g) Unemployment and Full Employment	12	
2 nd In-course (25 Lectures)	3 rd	3. Theory of Money and Prices: a) Nature and Functions of Money b) Monetary Standards c) Theory of Money and Prices d) Inflation	13	
	4 th	4. Banking: a) Banking b) Central Banking	12	
Test (10 Lectures)	1 st to 4 th	Revision	10	

Book Recommended :

1. K.K. Dewett : *Modern Economic Theory*, K.K. Dewett, M.H. Navalur & J. Khuntia Shyam Lal Cheritable Trust, New Delhi.

Reference Book:

1. Paul A. Samuelson & William D. Nordhaus : *Economics*, McGraw. Hill Book Company.

Paper Code : 232315	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	TAXATION IN BANGLADESH		
Course Teacher:	Md. Abdus Salam		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1 st In-course (25 Lectures)	1 st	Income Tax: Definition of income and income tax- Characteristics of income- Total income and total world income- Income year and assessment year- Role of income tax law in industrial development of Bangladesh.	9	Md. Abdus Salam
	2 nd	Classification of income: assessable and non-assessable income. Assesses: Classification- Residential status.	8	
	3 rd	Heads of Income: Income from salary- income from interest on securities- income from house property- income from agriculture- income from business and profession- capital gains- income from other sources.	8	
2 nd In-course (25 Lectures)	4 th	Tax Assessment and Recovery: Assessment procedures- Appeal, revision, recovery, refund and penalties.	9	
	5 th	Income tax authorities: Assessment of individuals, partnerships and public limited companies.	8	
	6 th	Value Added Tax (VAT): Introduction: Assessment and Payment of tax- Valuation- Accounting- Refunds- Drawback- Calculation of VAT – Controlling evasion of VAT.	8	
Test (10 Lectures)	1 st to 6 th	Revision	10	

Books Recommended :

1. Government of Bangladesh The Income Tax Ordinance 1984-Part 1 & 2.
4. The Institute of Chartered Accountants of Bangladesh Taxation Study Manual Vol 1 & 2.
5. Government of Bangladesh Publications on VAT.
6. Income Tax Law, Khawja Amjad Syeed, IBA, University of Punjab, Pakistan.

**Department of Marketing
Rajshahi College, Rajshahi.**

4th Year BBA Honours (2014-15)

Courses and Marks Distribution

Fourth Year

Paper Code	Paper Title	Marks	Credits
242301	Marketing Management	100	4
242303	Human Resource Management	100	4
242305	International Business	100	4
242307	Consumer Behavior	100	4
242309	Sales Management	100	4
242311	Brand Management	100	4
242313	Entrepreneurship Development	100	4
242315	Bangladesh Economics	100	4
242317	Marketing Research	100	4
242318	Viva- voce	100	4
	Total =	1000	40

Detailed Syllabus

Paper Code : 242301	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	MARKETING MANAGEMENT		
Course Teacher:	Prof. Md. Abu Taleb Sarker		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1st In-course (25 Lectures)	1 st	Defining Marketing for the 21st Century: The Importance of Marketing- The Scope of Marketing- Company Orientations Toward the Market place- Fundamental Marketing Concepts, Trends, and Tasks.	5	Prof. Md. Abu Taleb Sarker
	2 nd	Developing Marketing Strategies and Plans: Marketing and Customer Value- Corporate and Division Strategic Planning – Business Unit Strategic Planning – Product Planning: The Nature and Contents of a Marketing.	5	
	3 rd	Creating Customer Value, Satisfaction, and Loyalty: Maximizing Customer Lifetime Value- Cultivating Customer Relationships- Customer Databases and Database Marketing.	5	
	4 th	Identifying Markets Segments and Target: Level of Markets Segmentation- Segmenting Consumer Markets- Bases for Segmenting Business Markets- Market Targeting.	5	
	5 th	Crafting the Brand Positioning: Developing and Communicating a Positioning Strategy-Differentiation Strategies-	5	

		Product Life-cycle Marketing Strategies- Market Evolution.		
2nd In-course (25 Lectures)	6 th	Dealing with Competition: Competitive Forces-Analyzing Competitors-Commutative Strategies for Market Leaders-Other Competitive Strategies- Balancing Customer and Competitor Orientations.	5	
	7 th	Designing and Marketing Service: Nature of Services, Marketing Strategies for Service Firms, Marketing Service Quality, Managing Service Brands, and Managing Product Support Services.	5	
	8 th	Setting Product Strategy: Product Characteristics and Classifications- Differentiation- Product and Brand Relationships- Packaging, Labeling, Warranties, and Guarantees.	5	
	9 th	Designing and Managing Value Networks and Channels: Marketing Channels and Value Networks- The Role of Marketing Channels- Channels-Design Decisions- Channel- Management Decisions- Channel Integration and Systems-Conflict, Cooperation and Competition-E-Commerce Marketing Practices.	5	
	10 th	Designing and Managing Integrated Marketing Communication: The Role of Marketing Communications- Developing Effective Communications- Deciding on the Marketing Communications Mix – Managing the Integrated Marketing Communications.	5	
Test (10 Lectures)	1 st to 10 th	Revision	10	

Book Recommended :

- Philip Kotler : *Marketing Management*, Prentice-Hall Inc.

Reference Book:

- V.S. Ramaswamy & S. Namakumari : *Marketing Management*, Mcmillan India Pvt. Ltd.

Paper Code : 242303	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	HUMAN RESOURCE MANAGEMENT		
Course Teacher:	Md. Abdus Salam		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1st In-course (25 Lectures)	1 st	The Development of Human Resource Management: The concept of human resource management-Early stages of development- Contemporary developments- Human resource management as a profession.	5	Md. Abdus Salam
	2 nd	Organizational Considerations in Managing Human Resources: The organization as a system – Responsibility and authority within the organization- Organization structures – The human resource department in an organization- The personnel program.	5	

	3 rd	Job Requirements: The role of jobs- Job design-Job analysis- Job requirements and personnel functions-Job descriptions.	5		
	4 th	Human Resource Planning and Recruitment: Human resource planning –Recruiting within the organization- Recruiting outside the organization- EEO in recruitment.	5		
	5 th	Recruitment and Selection: The steps in recruitment- The exit interview- Reaching a selection decision- Considerations that shape selection policies.	5		
2nd In-course (25 Lectures)	6 th	Job Evaluation: The reasons of job evaluation schemes- Problem areas- Procedure-Techniques- Non-analytical methods- Analytical methods- New methods- Other methods.	7		
	7 th	Compensation Systems: Job choice- The influence of compensation on behaviors- Compensation and satisfaction- Administration- Types of systems- Compensation evaluation- Incentive pay systems.	6		
	8 th	Training and Development: The purpose of training –Training programs- Types of training	6		
	9 th	Career Development: Phases of a career development program- Career development programs for special groups- Personal career development.	6		
Test (10 Lectures)	1 st to 9 th	Revision	10		

Book Recommended :

- Gary Dessler : *Human Resource Management*, Prentice Hall of India Pvt. Ltd. New Delhi, India.

Reference Book:

- David A. DeCenzo and Stephen P. Robbins: *Personnel Human Resource Management*, Prentice Hall, Inc. Englewood cliffs, USA.

Paper Code : 242305	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	INTERNATIONAL BUSINESS		
Course Teacher:	Farhana Alam		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1st In-course (25 Lectures)	1 st	Globalization -Introduction to the field of Global Business, Significance, Nature and Scope of Global Business, Modes of Global business-Global Business Environment-Social, Cultural, Economic, Political and Ecological factors.	9	Farhana Alam
	2 nd	Theories of International Trade: Types of trade theories- Mercantilism- Absolute and Comparative Advantage theories of International trade- Trading environment of International trade- Factor Proportion Theory- The Porter Diamond- Free Trade Vs Protection- Tariff and Non- tariff Barriers – Trade Blocks.	8	

	3 rd	Balance of Payments: Concept- Components of BOP, and Disequilibrium in BOP-Causes for disequilibrium and Methods to correct the disequilibrium in Balance of Payments.	8	
2 nd In-course (25 Lectures)	4 th	Foreign Exchange Market: Nature of transactions in foreign exchange market and types of players, Exchange rate determination, Convertibility of rupee-Euro currency market.	13	
	5 th	World Trade Organization: Objectives, Organization Structure and Functioning, WTO, International liquidity: Problems of liquidity; International Financial institutions- IMF, IBRD, IFC, ADB- Their role in managing international liquidity problems.	12	
Test (10 Lectures)	1 st to59 th	Revision	10	

Book Recommended :

- John Daniels, Lee Radebaugh, and Daniel Sullivan: *International Business Environments and Operations*, , 13th edition, Pearson education, 2011.

Reference Book:

- Francis Cherunilam : *International Business Environment*, Himalaya Publishing House.

Paper Code : 242307	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	CONSUMER BEHAVIOR		
Course Teacher:	Md. Abdur Razzaque		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1 st In-course (25 Lectures)	1 st	Introduction: Consumer Decision Making, Scope of Consumer Behavior Field- An Overview of Consumer Behavior, Marketing Applications of Consumer Behavior Theory- Theories and Models, Theoretical origins of Consumer Behavior-Using Models in Consumer Behavior Research- Basic Consumer Behavior Models- Marketing Applications of Consumer Behavior Model.	5	Md. Abdur Razzaque
	2 nd	Culture and the Consumer Behavior: Cultural Settings- Defining Culture- Components of Culture- Useful Concepts of Cultural Analysis- Cross Cultural Research and Multinational Marketing-Adapting to a Cultural Perspective- Subculture- Concept- Ethnic and Religious Subcultures- Regional Subcultures- Subcultures of the Aging- The Singles Subculture- Subculture of Proverty.	5	
	3 rd	Social Organization and Reference Groups: Society and the Consumer- Socialization- Reference Groups- Reference	5	

		Group Norms and Conformity- Social Change-How Social Trends Will Affect Consumption.		
	4 th	Social Class: Investigating Social Class- Social Stratification- Research Models of Social Class-Are Classes Breaking Down? Life Style Differences in Social Class – Social Class and Buying Behavior.	5	
	5 th	The Family: Family Definition- Influences on Family Decision- Making- Children and Family Consumption- Useful Family Concepts in Marketing.	5	
2nd In-course (25 Lectures)	6 th	Learning: Learning and Experience- Behaviorist Versus Cognitive Learning Theory- Behavior Modification in Psychology and Marketing- Retention and Advertising Messages- Habit Formation and Brand Loyalty.	7	
	7 th	Perception: Types of Consumer Perception- Definition of Perception- Gestalt and Cognitive Theories of Perception- Models of Perception- Factors Determining Perception- Features of Perception Affecting Consumer Behavior.	6	
	8 th	Motivation and Personality: An Overview of Motivation- Motivation Research Methods- The Concept of Personality- Personality Theory- Personality in Consumer Behavior.	6	
	9 th	Attitudes: Influence of Attitudes- Understanding Attitude- Attitude Organization- Functions of Attitudes- How Attitudes are Measured –Attitude Theory and Consumer Research- Attitude Change- Cognitive Dissonance Theory- Multiattribute Theory.	6	
Test (10 Lectures)	1 st to 9 th	Revision	10	

Book Recommended :

1. Harold W. Berkmen and Christopher C. Gilson : *Consumer Behavior*, Kent Publishing Company.

Reference Book:

1. Leon G. Schiffman & L.L Kanuk & Others: *Consumer Behavior*, Prentice Hall of India Pvt. Ltd. New Delhi.

Paper Code : 242309	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	SALES MANAGEMENT		
Course Teacher:	Afroza Begum		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1st In-course (25 Lectures)	1 st	Sales Management, Personal Selling, and Salesmanship: Buyer-Seller Dyads- Diversity of Personal Selling Situations- Theories of Selling- Prospecting – Steps in Prospecting- Sales Resistance- Closing Sales- Conclusion.	5	Afroza Begum
	2 nd	1. Determining Sales - Related Marketing Policies: Product Policies-What to Sell- Distribution Policies- Who to Sell- Pricing Policies- Conclusion.	5	
	3 rd	The Effective Sales Executive: Nature of Sales Management Positions- Functions of the Sales Executive- Qualities of Effective Sales Executive – Relations with Top Management- Relations with Managers of Other Marketing Activities- Compensation Patterns for Sales Executives- Conclusion.	5	
	4 th	The Sales Organization: Purposes of Sales Organization- Setting up a Sales Organization- Basic Types of Sales Organizational Structures- Field Organization of the Sales Department- Centralization Vs Decentralization in Sale Force Management- Schemes for Dividing Line Authority in the Sales Organization- Conclusion.	5	
	5 th	Motivating Sales Personnel: Meaning of Motivation- Motivational æHelp” from Management- Need Gratification and Motivation- Interdependence and Motivation- Motivation and Leadership- Motivation and Communications- Unionization of Sales Personnel – Conclusion.	5	
2nd In-course (25 Lectures)	6 th	Controlling Sales Personnel: Evaluating and Supervising: Standards of Performance- Relation of Performance Standard to Personal Selling Objectives- Recording Actual Performance- Evaluating- Comparing Actual Performance with Standards Taking Action- The Dynamic Phase of Control – Controlling Sales Personal Through Supervision- Conclusion.	7	
	7 th	The Sales Budget: Purposes of the Sales Budget- Sales Budget- Form and Content- Budgetary Procedure- Conclusion.	6	
	8 th	Quotas: Objectives in Using Quotas- Quotas, the Sales Forecast, and the Sales Budget- Types of Quotas and Quota – Setting Procedures- Administering the Quota System- Reasons for not Using Sales Quotas- Conclusion.	6	
	9 th	Sales Territories: The Sales Territory Concept- Reasons for Establishing or Revising Sales Territories- Procedures for Setting up or Revising Sales Territories- Deciding Assignment of Sales Personnel to Territories- Routing and Scheduling Sales Personnel- Conclusion.	6	
Test (10 Lectures)	1 st to 9 th	Revision	10	

Book Recommended :

1. R.R. Still, E.W. Cundiff, Norman A.P. : *Sales Management*, Prentice Hall of India Pvt. Govon Ltd; New Delhi.

Reference Book:

1. Mark W. Johnston, Greg W. Marshall : *Sales Force Management*, The McGraw Hill Education Pvt. Ltd, New Delhi.

Paper Code : 242311	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :		BRAND MANAGEMENT	
Course Teacher:		Pranab Mukherjee	

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1st In-course (25 Lectures)	1 st	Fundamental Concepts of Marketing, Brand and Brand Management: Marketing, Value, Satisfaction, Exchange, Marketing Mix, What is Brand? Marketing Process, Bottom line of branding Product etc.	5	Pranab Mukherjee
	2 nd	Brand and Brand Management: Can anything be branded? Brandign Challenges and opportunities, Brand equity concept, strategic brand management process.	5	
	3 rd	Customer-Based Brand Equity: Brand Knowledge, Sources of brand equity, Strong brand, Brand building implications.	5	
	4 th	Brand Positioning and Values: Identifying and establishing brand positioning, Positioning guidelines, Defining and establishing brand values.	5	
	5 th	Choosing Brand Elements to Build Brand Equity: Criteria for Choosing brand elements, Options & tactics for brand elements.	5	
2nd In-course (25 Lectures)	6 th	Designing Marketing Programs to Build Brand Equity: New perspective on marketing, Product strategy, Pricing strategy, channel strategy.	7	
	7 th	IMC To Build Brand Equity: Information Processing model of Communication, Overview of Marketing communication options, Developing IMC Program.	6	
	8 th	Leveraging Secondary Brand Knowledge To Build Brand Equity: Conceptualizing the leveraging Process, Company, Co-branding, Licensing and Celebrity endorsement.	6	
	9 th	Designing & Implementing Branding Stratetgies: The brand product mix, Brand hierarchy, Designing a brand strategy.	6	
Test (10 Lectures)	1 st to 9 th	Revision	10	

Book Recommended :

1. Kevin Lane Keller : *Strategic Brand Management- Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, . Prentice Hall, Inc. USA.

Reference Book:

1. Y.L.R Moorthi

: Brand Management, Vikas, New Delhi

Paper Code : 242313	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT		
Course Teacher:	Md. Abdullah Al Mamun		

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1st In-course (25 Lectures)	1 st	Entrepreneur: Evolution of the Concept of Entrepreneur; Characteristics of an Entrepreneur; Functions of an Entrepreneur; Types of Entrepreneur, Entrepreneur.	5	Md. Abdullah Al Mamun
	2 nd	Entrepreneurship: Concept of Entrepreneurship; Growth of Entrepreneurship in Bangladesh; Role of Entrepreneurship in Economic Development.	5	
	3 rd	Factors Affecting Entrepreneurial Growth: Environment for Entrepreneurship; Environmental Factors; Economic Factors; Non-Economic Factors; Government Actions.	5	
	4 th	Entrepreneurial Motivation: Motivation; Motivational Theories; Motivating Factors; Achievement Motivation.	5	
	5 th	Entrepreneurial Competencies: Meaning of Entrepreneurial Competence or Trait; Major Entrepreneurial Competencies; Developing Competencies.	5	
2nd In-course (25 Lectures)	6 th	Entrepreneurial Mobility: Factors Influencing Mobility; Occupational Mobility; Locational Mobility.	5	
	7 th	Small Enterprises: Characteristics; Rationale; Scope, Opportunities for an Entrepreneurial Career, Role of Small Enterprises in Economic Development.	5	
	8 th	Project Identification and Selection: Meaning of Project. Project Identification, Project Selection, Formulation of a Project Report. Concept of Project Appraisal, Methods of Project Appraisal, Business Plan.	5	
	9 th	Finance of Enterprises: Financial Planning, Source of Finance, Capital Structure.	5	
	10 th	Institutional Support to Entrepreneurs of Bangladesh: Need for Institutional Support, Financial Institutions of Govt. and Non-Govt. of Bangladesh, Supply and Demand, side Analysis of Support and Assistance of Bangladesh, Govt. Policy and Programs for Small-Scale Enterprises.	5	
Test (10 Lectures)	1 st to 10 th	Revision	10	

Book Recommended :

1. S.S. Khanka

: *Entrepreneurial Development*, S. Chand & Company, Ltd. New Delhi.

Reference Book:

Paper Code : 242315	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :	BANGLADESH ECONOMICS		
Course Teacher:	Md. Abdur Razzaque		

Exam.	Chapter	Content	Lecture	Teacher	
1st In-course (25 Lectures)	1 st	Structure of Bangladesh Economy: Characteristics and Salient Features of Bangladesh Economy-Change in the Economic Structure over Time.	9	Md. Abdur Razzaque	
	2 nd	Agriculture and Rural Development: Land Ownership Tenancy. Market and Land Operation Distribution; Cropping Practices and Cropping Intensity; HYV and Its Implication; Rural Development Institutions and Strategy of GOB and NGO; Investment Pattern in the Rural Economy; Problems of Agrarian Economy and Prospects of Its Development.	8		
	3 rd	Industrial Sector: Role of the Industrial Sector for Economic Development of Bangladesh; Relative importance of Small, Medium and Large Scale Manufacturing Industries-Nationalization vs. Privatization- Role of Development Finance Institutions – Credit Policy- Debt Default- Sick Industries- Evaluation of the Industrial Policies-1972 Nationalization Act, 1982 NIP; 1986, NIP- Recent Policy Changes.	8		
2nd In-course (25 Lectures)	4 th	Infrastructure and Trade: Role of Infrastructure for the Economy of Bangladesh- Structure of Imports to and Exports from Bangladesh- Terms of Trade-Trends in Balance of Payments Position-Export Incentives-Liberalization, Decontrol and Deregulation of Trade-Impacts and Consequences.	9		
	5 th	Business Environment and Bangladesh Economy: The Nexus between the Different Elements of Business Environment existing in Bangladesh and her Economic Performance-Role of the above Elements for Development of Entrepreneurship – Constraints of Entrepreneurial Development in Bangladesh –Changes in Business Environment in the light of Recent Policy Changes – Denationalisation and Privatisation- Mixed Economy- Free Market Economy.	8		
	6 th	Planning Experience in Bangladesh: Objectives of Planning- Types of Planning- Five Year Development Plans and Annual Development Plans –Allocation of Resources – Perspective Plan- Problems of Implementation of Plans in Bangladesh- Sustainable Development- Conservation of Energy – Environmental Protection.	8		
Test (10 Lectures)	1 st to 6 th	Revision	10		

Books Recommended :

1. Khan, A.R. And M. Hossain : *Development Strategy for Bangladesh*
2. Islam, Nurul : *Development Planning in Bangladesh*
3. Anu Mahamood : *Inside of Bangladesh Economy*
4. Plan Documents Five Year, Annual and Perspective Plans
5. Statistical Year Book for Bangladesh.

Paper Code : 242317	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours : 60
Paper Title :		MARKETING RESEARCH	
Course Teacher:		Dr. Md. Seraj Uddin	

Exam.	Chapter	Content	Lectures	Teacher
1 st In-course (25 Lectures)	1 st	Introduction to Marketing Research: The Nature of Marketing Research, Classification of Marketing Research, The Role of Marketing Research in MIS and DSS, Marketing Research Suppliers Selecting a Research Supplier, Selecting a Research Supplier, Marketing Research Process.	5	Dr. Md. Seraj Uddin
	2 nd	Defining the Marketing Research Problem and Developing on Approach: The Process of Defining the Problem, Developing an Approach to the Problem, Tasks Involved, Environmental Context of the Problem, Management Decision Problem and Marketing Research Problem, Defining the Marketing Research Problem, Components of the Approach.	5	
	3 rd	Research Design: Exploratory, Descriptive and Causal Research, Relationships Among Exploratory, Descriptive, and Causal Research, Potential Sources of Error, Budgeting and Scheduling the Project, Marketing Research Proposal.	5	
	4 th	Exploratory Research Design: Secondary Data: Primary versus Secondary Data, Criteria for Evaluating Secondary Data, Classification of Secondary Data, Qualitative Research: Rationale for Using Qualitative Research , A Classification of Qualitative Research Procedures, Focus Group Interviews, Depth Interviews, Projective Techniques.	5	
	5 th	Descriptive Research Design: Survey and Observation: Survey Methods: Telephone, Personal and Mail Methods; A Comparative Evaluation of Survey Methods, Selection of Survey Method (s), Observation Methods: Observation Methods Classified by Mode of Administration, A Comparative Evaluation of Observation Methods, A Comparison of Survey and Observation Methods.	5	
2 nd In-course (25 Lectures)	6 th	Causal Research Design: Experimentation: Concept of Causality, Conditions for Causality, Validity in Experimentation, Extraneous Variables, Controlling Extraneous Variables, A Classification of Experimental Designs: Pre- experimental Designs, True Experimental Designs, Quasi- Experimental Designs , Statistical Designs, Laboratory versus Field Experiments, Limitations of Experimentation.	7	
	7 th	Measurement and Scaling: Comparative Scaling: Measurement and Scaling, Primary Scales of Measurement, Comparative Scaling Techniques and Verbal Protocols, Noncomparative Scaling Techniques: Continuous Rating Scale, Itemized Rating	6	

		Scales, Noncomparative Itemized Rating Scale Decisions, Multi-item Scales, Scale Evaluation: Measurement Accuracy, Reliability and Validity; Relationship between Reliability and Validity, Generalizability and Choosing a Scaling Technique.		
	8 th	Questionnaire and Form Design: Questionnaires Design Process: Overcoming Inability to Answer, Overcoming Unwillingness to Answer, Choosing Question Structure, Choosing Question Wording, Determining the Order of Questions, Form and Layout, Reproduction of the Questionnaire, Pretesting; Observational Forms.	6	
	9 th	Sampling: Design and Procedures: The Sampling Design Process, A Classification of Sampling Techniques, Nonprobability Sampling Techniques and Probability Sampling Techniques, Choosing Nonprobability versus Probability Sampling, Uses of Nonprobability and Probability Sampling, Final and Initial Sample Size Determination: The Sampling Distribution, Statistical Approaches to Determining Sample Size, The Confidence Interval Approach, Multiple Characteristics and Parameters, Adjusting the Statistically Determined Sample Size.	6	
Test (10 Lectures)	1 st to 9 th	Revision	10	

Book Recommended:

1. Naresh K. Malhotra : *Marketing Research*, Prentice Hall Inc. New York.

Reference Book:

1. David A. AAKER, V. Kumar : *Marketing Research*, Weily Student Edition
George S. Day

Paper Code : 242318	Marks : 100	Credits : 4	Class Hours :
Paper Title :	Viva-Voce		

জাতীয় বিশ্ববিদ্যালয়

জাতীয় বিশ্ববিদ্যালয় আইন, ১৯৯২-এর ৪৬ নং ধারা মোতাবেক প্রণীত
ব্যাচেলর (অনার্স) ডিগ্রির সংশোধিত রেগুলেশন ২০০৯-২০১০
Bachelor of Honours Degree (Revised) Regulation 2009-2010
গ্রেডিং ও ক্রেডিট পদ্ধতি অনুযায়ী
(২০০৯-২০১০ শিক্ষাবর্ষ থেকে কার্যকর)

১. প্রোগ্রামের মেয়াদ

- (ক) জাতীয় বিশ্ববিদ্যালয়ের অধীনে ব্যাচেলর (অনার্স) ডিগ্রি প্রোগ্রামে প্রতিটি বিষয় ৪ বছর মেয়াদি সমন্বিত কোর্স (Integrated Course) হিসেবে বিবেচিত হবে।
- (খ) কোর্সসমূহকে চারটি একাডেমিক বর্ষে বিভক্ত করে পাঠদান সম্পন্ন করা হবে, যেমন: ১ম বর্ষ, ২য় বর্ষ, ৩য় বর্ষ ও ৪র্থ বর্ষ।
- (গ) এই প্রোগ্রামের শিক্ষাবর্ষ হবে জুলাই-জুন। সংশ্লিষ্ট বিষয়ের সিলেবাস অনুযায়ী প্রতি শিক্ষাবর্ষে ক্লাস শুরু পর থেকে মোট ৩০ সপ্তাহ পাঠদান, ৪ সপ্তাহ পরীক্ষার প্রস্তুতি, ৬ সপ্তাহ বার্ষিক পরীক্ষা কার্যক্রম চলবে। অবশিষ্ট সময়ের মধ্যে পরীক্ষার ফলাফল প্রকাশ করা হবে। প্রতি বর্ষের পরীক্ষা শেষ হওয়ার ২ সপ্তাহ পর পরবর্তী বর্ষের ক্লাস শুরু হবে এবং এ জন্য ছাত্র-ছাত্রীদেরকে কলেজে নতুন বর্ষের জন্য প্রবেশনাল ছাত্র হিসেবে তালিকাভুক্ত হতে হবে।
- (ঘ) বার্ষিক কোর্স ভিত্তিক পরীক্ষা এবং গ্রেডিং ও ক্রেডিট পদ্ধতিতে এই প্রোগ্রাম পরিচালিত হবে। গ্রেডিং ও ক্রেডিট পদ্ধতিতে জিপিএ (GPA) ও সিজিপিএ (CGPA) হিসেবে পরীক্ষার ফলাফল প্রকাশ করা হবে।

২. ডিগ্রী (অনার্স) প্রোগ্রাম ও বিষয়সমূহ

উক্ত প্রোগ্রামে বিষয় ভিত্তিক চারটি শাখায় ব্যাচেলর অনার্স প্রোগ্রাম যথাক্রমে ব্যাচেলর অব আর্টস (বিএ) অনার্স, ব্যাচেলর অব সোশাল সায়েন্স (বিএসএস) অনার্স, ব্যাচেলর অব বিজনেস এডমিনিস্ট্রেশন (বিবিএ) অনার্স এবং ব্যাচেলর অব সায়েন্স (বিএসসি) অনার্স ডিগ্রী প্রদান করা হবে। বিভিন্ন ব্যাচেলর (অনার্স) প্রোগ্রামের অন্তর্ভুক্ত বিষয়সমূহ নিম্নরূপ:

(ক) বিএ (অনার্স): (Bachelor of Arts)

- | | |
|------------|------------------------------|
| ১) বাংলা | ৭) দর্শন |
| ২) ইংরেজী | ৮) ইসলামী শিক্ষা |
| ৩) আরবী | ৯) ইসলামের ইতিহাস ও সংস্কৃতি |
| ৪) পালি | ১০) লাইব্রেরী ও তথ্য বিজ্ঞান |
| ৫) সংস্কৃত | ১১) বি.এড |
| ৬) ইতিহাস | |

(খ) বিএসএস (অনার্স): (Bachelor of Social Science)

- ১) অর্থনীতি
- ২) রাষ্ট্রবিজ্ঞান
- ৩) সমাজকর্ম
- ৪) সমাজবিজ্ঞান
- ৫) নৃ-বিজ্ঞান

(গ) বিবিএ (অনার্স): (Bachelor of Business Administration)

- ১) ব্যবস্থাপনা
- ২) হিসাববিজ্ঞান
- ৩) মার্কেটিং
- ৪) ফিন্যান্স এন্ড ব্যাংকিং

(ঘ) বিএসসি (অনার্স): (Bachelor of Science)

- | | |
|-------------------|-------------------------|
| ১) রসায়ন | ৮) ভূগোল ও পরিবেশ |
| ২) পদার্থ বিজ্ঞান | ৯) পরিবেশ বিজ্ঞান |
| ৩) গণিত | ১০) মনোবিজ্ঞান |
| ৪) পরিসংখ্যান | ১১) মৃত্তিকা বিজ্ঞান |
| ৫) উদ্ভিদবিজ্ঞান | ১২) গার্হস্থ্য অর্থনীতি |
| ৬) প্রাণিবিজ্ঞান | ১৩) কম্পিউটার বিজ্ঞান |
| ৭) প্রাণ রসায়ন | |

৩. ভর্তির যোগ্যতা

- (ক) বাংলাদেশের কোন শিক্ষা বোর্ডের উচ্চ মাধ্যমিক/আলিম বা দেশ বিদেশের সমমানের পরীক্ষায় পাশ করা শিক্ষার্থীরা বিশ্ববিদ্যালয় কর্তৃক নির্ধারিত নিয়ম-কানুন ও শর্ত অনুযায়ী ব্যাচেলর (অনার্স) প্রোগ্রামে পূর্ণকালীন ছাত্র/ছাত্রী হিসেবে জাতীয় বিশ্ববিদ্যালয়ের অধিভুক্ত কলেজে ভর্তি হতে পারবে।
- (খ) বিশ্ববিদ্যালয়ের ভর্তির শর্তাবলি পূরণ করলে এবং সংশ্লিষ্ট বিষয়/ইউনিটের ভর্তি পরীক্ষায় কৃতকার্য হলে শিক্ষার্থীরা জাতীয়

বিশ্ববিদ্যালয়ের অধিভুক্ত কলেজে/প্রতিষ্ঠানে মেধা স্কোরের ভিত্তিতে ভর্তি হতে পারবে।

৪. রেজিস্ট্রেশন

- (ক) পূর্ণকালীন ছাত্র/ছাত্রী হিসেবে বিশ্ববিদ্যালয়ের নিয়মানুযায়ী একজন শিক্ষার্থী কেবলমাত্র একটি বিষয়ে ভর্তি হতে পারবে।
(খ) একজন শিক্ষার্থীকে সর্বোচ্চ ৬ (ছয়) শিক্ষাবর্ষের মধ্যে ব্যাচেলর অব অনার্স কোর্স সম্পন্ন করে ডিগ্রী অর্জন করতে হবে।

৫. বিষয় পরিবর্তন

ভর্তি হওয়ার পর বিষয় পরিবর্তনে ইচ্ছুক শিক্ষার্থী জাতীয় বিশ্ববিদ্যালয় কর্তৃক নির্ধারিত সময়সীমার মধ্যে ব্যাচেলর (অনার্স) ডিগ্রির বিষয় পরিবর্তন করতে পারবে। এ জন্য তাকে ভর্তিকৃত বিষয়ের বিভাগীয় প্রধান ও পরিবর্তনে ইচ্ছুক বিষয়ের বিভাগীয় প্রধানদের সুপারিশসহ অধ্যক্ষের মাধ্যমে জাতীয় বিশ্ববিদ্যালয়ের রেজিস্ট্রার বরাবর নির্ধারিত ফরমে আবেদন করতে হবে। বিষয় পরিবর্তনের জন্য নির্ধারিত ফি কলেজ কর্তৃক বিশ্ববিদ্যালয়ে জমা দিয়ে অনুমতি নিতে হবে।

৬. পুনঃ ভর্তি

একজন শিক্ষার্থীর সকল তত্ত্বীয়/ব্যবহারিক/ইন-কোর্স/মাঠকর্ম কোর্স ও মৌখিক পরীক্ষায় অংশগ্রহণ বাধ্যতামূলক। পরীক্ষায় অংশগ্রহণে ব্যর্থ শিক্ষার্থী এবং ফলাফলে অকৃতকার্য পরীক্ষার্থী ফলাফল প্রকাশের ১ (এক) মাসের মধ্যে পুনঃ ভর্তি হতে পারবে। উভয় ক্ষেত্রেই তারা অনিয়মিত শিক্ষার্থী হিসেবে গণ্য হবে। একজন শিক্ষার্থী একই বর্ষে একবারের বেশী এবং পুরো কোর্সের মেয়াদে দুবারের বেশী পুনঃ ভর্তির সুযোগ পাবে না। পুনঃ ভর্তির ক্ষেত্রে তার পূর্বের রেজিস্ট্রেশন নম্বর বহাল থাকবে।

৭. কোর্সেস ও ক্রেডিট-ঘন্টা (Courses & Credit-hour)

ক্রেডিট আওয়ারের ভিত্তিতে কোর্সসমূহ পরিচালিত হবে। প্রতি সপ্তাহে পাঠদানের জন্য ব্যয়িত ক্লাস ঘন্টাকে ক্রেডিট হিসেবে গণ্য করা হবে। তত্ত্বীয় কোর্স সমূহের জন্য ৪৫ মিনিটের একটি ক্লাসকে এক ক্লাস ঘন্টা ধরা হবে। এবং ১৫ (পনের) ক্লাস ঘন্টাকে ১ (এক) ক্রেডিট হিসেবে গণনা করা হবে।

তত্ত্বীয় ও ব্যবহারিক কোর্সের জন্য নিম্নে বর্ণিত ক্লাস ঘন্টা অনুসরণ করা হবে।

ক) তত্ত্বীয় কোর্স (Theoretical Course):

১০০ নম্বর কোর্সের ৬০ ক্লাস-ঘন্টা (Class Hour) = ৪ ক্রেডিট।

৫০ নম্বর কোর্সের ৩০ ক্লাস-ঘন্টা (Class Hour) = ২ ক্রেডিট।

খ) ব্যবহারিক/মাঠকর্ম কোর্সঃ ব্যবহারিক/মাঠকর্ম কোর্সের জন্য নিম্নোক্ত ক্লাস ঘন্টা অনুসরণ করা হবে।

১০০ নম্বরের ৩০ টি ব্যবহারিক ক্লাসের জন্য (৩০ × ৩) = ৯০ ক্লাস-ঘন্টা = ৪ ক্রেডিট।

৫০ নম্বরের ১৫ টি ব্যবহারিক ক্লাসের জন্য (১৫ × ৩) = ৪৫ ক্লাস-ঘন্টা = ২ ক্রেডিট।

প্রতিটি কোর্সের জন্য সপ্তাহে ৩ ক্লাস ঘন্টার (৪৫ × ৩) বা ১৩৫ মিনিটের ২টি ব্যবহারিক ক্লাস অনুষ্ঠিত হবে।

গ) মৌখিক পরীক্ষাঃ

১০০ নম্বরের মৌখিক পরীক্ষা = ৪ ক্রেডিট

৫০ নম্বরের মৌখিক পরীক্ষা = ২ ক্রেডিট

৮. প্রোগ্রাম ভিত্তিক ক্রেডিট ও নম্বর বন্টন (২০১৩-১৪ শিক্ষাবর্ষ থেকে কার্যকর)

- ক) i) বিএ (অনার্স) মোট ৩১০০ নম্বর (৩০০০ নম্বর অর্থাৎ ১২০ ক্রেডিট + ১০০ নম্বর ইংরেজী নন ক্রেডিট)।
ii) বিএসএস (অনার্স) মোট ৩১০০ নম্বর (৩০০০ নম্বর অর্থাৎ ১২০ ক্রেডিট + ১০০ নম্বর ইংরেজী নন ক্রেডিট)।
iii) বিবিএ (অনার্স) মোট ৩১০০ নম্বর অর্থাৎ ১২৪ ক্রেডিট।
iv) বিএসসি (অনার্স) মোট ৩৩০০ নম্বর (৩২০০নম্বর অর্থাৎ ১২৮ ক্রেডিট + ১০০ নম্বর ইংরেজী নন ক্রেডিট)।

i) Bachelor of Arts (B.A) (Honours) Degree

বর্ষ	সম্মান তত্ত্বীয় কোর্স নম্বর	অনুসঙ্গী তত্ত্বীয় কোর্স নম্বর (Allied)	ইংরেজী বাধ্যতামূলক নন-ক্রেডিট	মৌখিক	স্বাধীন বাংলাদেশের অভ্যুদয়ের ইতিহাস	মোট নম্বর	মোট ক্রেডিট
১ম	৪০০	১০০		--	১০০	৬০০	২৪
২য়	৪০০	২০০	১০০	--	--	৬০০ + ১০০	২৪
৩য়	৮০০	--		--	--	৮০০	৩২
৪র্থ	৯০০	--		১০০	--	১০০০	৪০
মোট	২৪০০	৪০০	১০০	১০০	১০০	৩১০০	১২০

বিঃ দ্রঃ ইংরেজী (সম্মান) বিষয়ে ১০০ নম্বর ননক্রেডিট ইংরেজী বাধ্যতামূলক নয়। উক্ত বিষয়ে মোট ৩০০০ নম্বর অর্থাৎ ১২০ ক্রেডিট।

ii) **Bachelor of Social Science(B.S.S) (Honours) Degree**

বর্ষ	সম্মান তত্ত্বীয় কোর্স নম্বর	অনুষঙ্গী তত্ত্বীয় কোর্স নম্বর (Allied)	ইংরেজী বাধ্যতামূলক নন-ক্রেডিট	মৌখিক	স্বাধীন বাংলাদেশের অভ্যুদয়ের ইতিহাস	মোট নম্বর	মোট ক্রেডিট
১ম	৪০০	১০০		--	১০০	৬০০	২৪
২য়	৪০০	২০০	১০০	--	--	৬০০ + ১০০	২৪
৩য়	৮০০	--		--	--	৮০০	৩২
৪র্থ	৯০০	--		১০০	--	১০০০	৪০
মোট	২৪০০	৪০০	১০০	১০০	১০০	৩১০০	১২০

iii) **Bachelor of Business Administration (B.B.A) (Honours) Degree**

বর্ষ	সম্মিত সম্মান কোর্স নম্বর	মৌখিক	স্বাধীন বাংলাদেশের অভ্যুদয়ের ইতিহাস	মোট নম্বর	মোট ক্রেডিট
১ম	৫০০	--	১০০	৬০০	২৪
২য়	৭০০	--	--	৭০০	২৮
৩য়	৮০০	--	--	৮০০	৩২
৪র্থ	৯০০	১০০	--	১০০০	৪০
মোট	২৯০০	১০০	১০০	৩১০০	১২৪

iv) **Bachelor of Science (B.Sc) (Honours) Degree**

বর্ষ	সম্মান কোর্স নম্বর (তত্ত্বীয় + ব্যবহারিক)	অনুষঙ্গী কোর্স নম্বর (তত্ত্বীয় + ব্যবহারিক)/তত্ত্বীয়	ইংরেজী বাধ্যতামূলক নন-ক্রেডিট	মৌখিক	স্বাধীন বাংলাদেশের অভ্যুদয়ের ইতিহাস	মোট নম্বর	মোট ক্রেডিট
১ম	৩০০	১৫০+১৫০ = ৩০০	-	-	১০০	৭০০	২৮
		১০০+১০০+১০০=৩০০					
২য়	৪০০	১৫০+১৫০ = ৩০০	১০০	-	-	৭০০ + ১০০	২৮
		১০০+১০০+১০০=৩০০					
৩য়	৮০০	-	-	-	-	৮০০	৩২
৪র্থ	৯০০	-	-	১০০	-	১০০০	৪০
মোট	২৪০০	৬০০	১০০	১০০	১০০	৩৩০০	১২৮

বিশেষ দৃষ্টব্য

“স্বাধীন বাংলাদেশের অভ্যুদয়ের ইতিহাস” শিরোনামে বিষয়টি স্নাতক (সম্মান ও পাস) শ্রেণীর সকল প্রোগ্রামের জন্য বাধ্যতামূলক বিষয় হিসেবে সিলেবাসে অন্তর্ভুক্ত করা হয়েছে। বিষয়টি ২০১৩-১৪ শিক্ষাবর্ষ থেকে ভর্তিকৃত শিক্ষার্থীদের জন্য ১ম বর্ষ স্নাতক (সম্মান) শ্রেণীর সিলেবাসে অন্তর্ভুক্ত থাকবে। ২০০৯-১০, ২০১০-১১, ২০১১-১২ ও ২০১২-১৩ শিক্ষাবর্ষে স্নাতক (সম্মান) শ্রেণীর ভর্তিকৃতদের জন্য উক্ত বিষয়টি ৪র্থ বর্ষে সিলেবাসে অন্তর্ভুক্ত থাকবে। ২০০৯-১০, ২০১০-১১, ২০১১-১২ ও ২০১২-১৩ শিক্ষাবর্ষে স্নাতক (সম্মান) শ্রেণীর ভর্তিকৃতদের জন্য পূর্বের রেগুলেশনে উল্লেখিত ধারা-৮, প্রোগ্রাম ভিত্তিক মোট ক্রেডিট ও নম্বরবন্টন অপরিবর্তিত থাকবে।

(খ) **অনুষঙ্গী কোর্স**

অনার্স বিষয়ের সাথে অনুষঙ্গী কোর্স (Allied Course) হিসেবে ২ বা তার অধিক কোর্স নির্বাচন করতে হবে।

(গ) **আবশ্যিক ইংরেজী নন-ক্রেডিট কোর্স**

ইংরেজী অনার্স ও বিবিএ অনার্সের ছাত্র-ছাত্রী ব্যতীত ব্যাচেলর অব অনার্স ডিগ্রী প্রোগ্রামের সকল বিষয়ের শিক্ষার্থীদের জন্য ১০০ নম্বরের নন-ক্রেডিট ইংরেজী বিষয় বাধ্যতামূলক থাকবে এবং ইংরেজী বিষয়ে অবশ্যই পাস করতে হবে অন্যথায় অনার্স ডিগ্রী প্রাপ্ত হবেনা। ২য় বর্ষে পঠিত উক্ত বিষয়ের পরীক্ষা ২য় বর্ষ অনার্স পরীক্ষার সাথে অনুষ্ঠিত হবে। উক্ত নন-ক্রেডিট বিষয়ে পাশ নম্বর ৪০।

(ঘ) বিবিএ (অনার্স) এর সকল বিষয়ের ছাত্র-ছাত্রীদের জন্য নন ক্রেডিট ১০০ নম্বরের ইংরেজী কোর্সের পরিবর্তে ২য় বর্ষে ১০০ নম্বরের æBusiness Communication & Report Writing (In English)” শিরোনামে ৪ ক্রেডিটের একটি কোর্স থাকবে।

৯. পরীক্ষার সময়কাল

- তত্ত্বীয় কোর্স : ১০০ নম্বরের ৪ ক্রেডিট কোর্সের জন্য ৪ ঘন্টা ।
৫০ নম্বরের ২ ক্রেডিট কোর্সের জন্য ২.৫ ঘন্টা ।
৩য় ও ৪র্থ বর্ষে ৮০ নম্বরের পরীক্ষার জন্য ৪ ঘন্টা ।
৩য় ও ৪র্থ বর্ষে ৪০ নম্বরের পরীক্ষার জন্য ২.৫ ঘন্টা ।

ব্যবহারিক কোর্সঃ ১০০ নম্বরের ৪ ক্রেডিট কোর্সের জন্য ৬-১০ ঘন্টা (সংশ্লিষ্ট সিলেবাসে নির্ধারণ করা থাকবে) ।
৫০ নম্বরের ২ ক্রেডিট কোর্সের জন্য ৩-৬ ঘন্টা (সংশ্লিষ্ট সিলেবাসে নির্ধারণ করা থাকবে) ।

১০. উত্তরপত্র মূল্যায়ন পদ্ধতি

- ইংরেজী ব্যতীত প্রতিটি তত্ত্বীয় কোর্সের উত্তরপত্র ১ম ও ২য় পরীক্ষক দ্বারা মূল্যায়ন হবে। ১ম ও ২য় পরীক্ষকের প্রদত্ত গড় নম্বর চূড়ান্ত নম্বর হিসেবে গণ্য হবে।
- অভ্যন্তরীণ ও বহিরাগত পরীক্ষক দ্বারা ব্যবহারিক ও মৌখিক পরীক্ষা পরিচালিত হবে। পরীক্ষকগণ পরীক্ষা চলাকালীন সময়ে ছাত্র-ছাত্রীদের পরীক্ষণ মূল্যায়ন সম্পন্ন করবেন। ব্যবহারিক পরীক্ষার অভ্যন্তরীণ মূল্যায়নকৃত নম্বর ও পরীক্ষায় প্রাপ্ত নম্বর যোগ করে মোট প্রাপ্ত নম্বর ব্যবহারিক পরীক্ষা সম্পন্ন হবার অব্যবহিত পরে তার ফলাফল জাতীয় বিশ্ববিদ্যালয়ে প্রেরণ করতে হবে।
- বিএসএস এবং বিবিএ এর ক্ষেত্রে ২য় বর্ষের ৫০ নম্বরের মৌখিক পরীক্ষা ও টার্ম পেপারের গাইড লাইন (সংযুক্ত) অনুসারে অভ্যন্তরীণ পরীক্ষকদ্বয়ের মূল্যায়নকৃত টার্ম পেপারের ৫০ নম্বর অর্থাৎ $(৫০+৫০) = ১০০$ নম্বর হতে প্রাপ্ত মোট নম্বর মৌখিক পরীক্ষার কোড নম্বরে নির্দেশ মোতাবেক অনলাইনে প্রেরণ করতে হবে ও হার্ডকপি সংশ্লিষ্ট উপ-পরীক্ষা নিয়ন্ত্রকের দপ্তরে জমা দিতে হবে। মৌখিক পরীক্ষা ও টার্ম পেপারের পাশ নম্বর পৃথকভাবে ৪০% ।

১১. পাঠদান ও পরীক্ষার মাধ্যম

পাঠদানের মাধ্যম হবে বাংলা অথবা ইংরেজী। পরীক্ষার উত্তরপত্রে বাংলা অথবা ইংরেজী ভাষার যে কোন একটি মাধ্যমে লিখতে হবে। উদ্ধৃতি ও টেকনিক্যাল শব্দ ব্যতীত একই কোর্সের উত্তরপত্রে বাংলা ইংরেজীর মিশ্রণ গ্রহণযোগ্য নয়। তবে ভাষা সাহিত্যের বিষয় সমূহের ক্ষেত্রে পাঠদান ও পরীক্ষার মাধ্যম সংশ্লিষ্ট ভাষায় হবে।

১২. পরীক্ষায় অংশগ্রহণের যোগ্যতা

(ক) ব্যাচেলর (অনার্স) পরীক্ষায় অংশগ্রহণের যোগ্যতা হিসাবে মোট লেকচার ক্লাস/ব্যবহারিক ক্লাসের ৭৫% উপস্থিতি থাকতে হবে। বিশেষ ক্ষেত্রে অধ্যক্ষ বিভাগীয় প্রধানের সুপারিশের ভিত্তিতে উপস্থিতি ৭৫%-এর কম এবং ৬০% বা তার বেশি থাকলে তা বিবেচনার জন্য সুপারিশ করতে পারবেন। ৭৫% এর কম উপস্থিতির জন্য পরীক্ষার্থীকে পরীক্ষার ফরম পূরণের সময় ৫০০ (পাঁচশত) টাকা নন-কলেজিয়েট ফি অবশ্যই জমা দিতে হবে।

(খ) পরীক্ষার জন্য প্রেরিত পরীক্ষার্থীদের আবেদনপত্রে অধ্যক্ষ/বিভাগীয় প্রধান প্রত্যয়ণ করবেন যে-

- পরীক্ষার্থীর আচরণ সন্তোষজনক ;
- লেকচার ক্লাসে, ব্যবহারিক ক্লাসে, ইন-কোর্স ও মাঠ পর্যায়ে তার উপস্থিতি সন্তোষজনক ;
- পরীক্ষার্থী কলেজের সকল অভ্যন্তরীণ পরীক্ষায় উত্তীর্ণ হয়েছে এবং বিশ্ববিদ্যালয় কর্তৃক আরোপিত সকল শর্ত পূরণ করেছে।

১৩. গ্রেডিং সিস্টেম (Grading System)

উত্তরপত্র নম্বরের ভিত্তিতে মূল্যায়ন করা হবে। একজন পরীক্ষার্থীর তত্ত্বীয়, ব্যবহারিক ও মৌখিক পরীক্ষায় প্রাপ্ত নম্বরকে লেটার গ্রেড (Letter Grade) ও গ্রেড পয়েন্ট (Grade Point) রূপান্তর করা হবে। পরীক্ষার্থীর ফলাফল মূল্যায়নের জন্য নিম্নলিখিত লেটার গ্রেড ও corresponding গ্রেড পয়েন্ট থাকবে। বিশ্ববিদ্যালয় মঞ্জুরী কমিশন কর্তৃক প্রদত্ত অভিন্ন গ্রেডিং পদ্ধতি অনুযায়ী গাণিতিক (numerical) নম্বর, লেটার গ্রেড ও গ্রেড পয়েন্ট হবে নিম্নরূপ:

Numerical Grade	Letter Grade (LG)	Grade Point (GP)
80% or above	A+ (Plus)	4.00
75% to less than 80%	A (Plain)	3.75
70% to less than 75%	A- (Minus)	3.50
65% to less than 70%	B+ (Plus)	3.25
60% to less than 65%	B (Plain)	3.00
55% to less than 60%	B- (Minus)	2.75
50% to less than 55%	C+ (Plus)	2.50
45% to less than 50%	C (Plain)	2.25
40% to less than 45%	D (Plain)	2.00
<40% (less than 40%)	F (Fail)	0.00

পাশ নম্বর

কোর্সের নম্বর	১০০ (৪ ক্রেডিট)	৫০ (২ ক্রেডিট)
পাস নম্বর	৪০	২০
গণনাযোগ্য ক্রেডিট	D	D

১৪. উত্তীর্ণ গ্রেড

ছাত্র-ছাত্রীদের সকল নির্ধারিত কোর্সে (তত্ত্বীয় ও ব্যবহারিক) এবং মৌখিক পরীক্ষায় অংশগ্রহণ বাধ্যতামূলক। ছাত্র-ছাত্রীদেরকে সকল নির্ধারিত কোর্সে ও মৌখিক পরীক্ষায় ৪০% বা D গ্রেড বা গ্রেড পয়েন্ট ২ পেয়ে পাশ করতে হবে। যে সকল কোর্সে D বা তদূর্ধ্ব গ্রেড অর্জিত হবে শুধুমাত্র সে কোর্সগুলোর ক্রেডিট ফলাফলের গণনায় আনা হবে। Non-Credit ইংরেজী বিষয়ের প্রাপ্ত গ্রেড GPA গণনায় নেয়া হবে না।

১৫. জিপিএ (GPA) এবং সিজিপিএ (CGPA) নির্ণয়

নির্দিষ্ট কোর্সে প্রাপ্ত গ্রেড পয়েন্টকে উক্ত কোর্সের ক্রেডিট দ্বারা গুণ করে এ কোর্সে অর্জিত পয়েন্ট (উচবা) নির্ধারণ করা হবে। উক্ত বছরে সকল কোর্সে অর্জিত মোট পয়েন্টকে মোট অর্জিত ক্রেডিট দ্বারা ভাগ করে এক বছরের জিপিএ (এচঅ) নিরূপন করা হবে। এভাবে সকল বছরে অর্জিত মোট পয়েন্ট সমূহকে যোগ করে সর্বমোট অর্জিত ক্রেডিট দ্বারা ভাগ করে সিজিপিএ (সিএচঅ) নির্ধারণ করা হবে। উ এর নীচে প্রাপ্ত গ্রেডের জন্য কোন ক্রেডিট অর্জিত হবে না এবং তা ঋ (ঋধরষ) গ্রেড বলে বিবেচিত হবে। ঋ গ্রেড থেকে উচ্চতর গ্রেডে উন্নীত হলে অর্জিত ক্রেডিট সিএচঅ গণনায় যুক্ত হবে। ঋ গ্রেড উচ্চতর গ্রেডে উন্নীত করলে পরবর্তীতে মানোন্নয়নের আর সুযোগ থাকবে না।

জিপিএ গণনার পদ্ধতি :

$$GPA = \frac{\sum PS \text{ (Total Point Secured in a year)}}{\sum CR \text{ (Total Credits offered in a year)}}$$

Example: Grade Point Average (GPA) Calculation for a year

Course Code No	No. of credits	Marks Obtained (%)	Letter grade (LG)	Earned Grade points (EGP)	Earned Points Secured (EPS)= No of Credits X Grade Point
2011	4	70	A-	3.50	14.00
2012	4	65	B+	3.25	13.00
2013	4	60	B	3.00	12.00
2014	4	34	F	0.00	00.00
2015	4	55	B-	2.75	11.00
2016	2	50	C+	2.50	05.00
2017	4	45	C	2.25	09.00
Total	26	-	-	-	64.00

Total Point Secured (TPS) = 64

Earned Credit (EC) = 22(4+4+4+0+4+2+4=22)

SGPA = TPS/EC = 64/22 = 2.90

সিজিপিএ গণনার পদ্ধতি :

$$CGPA = \frac{ETPS \text{ of (1st year+ 2nd year + 3rd year + 4th year) + Earned Grade Point/Points}}{\text{Total number of credits completed in the whole programme}}$$

১৬. উচ্চতর শ্রেণিতে প্রমোশন (১ম বর্ষ হতে ৪র্থ বর্ষে)

ক) গ্রেডিং পদ্ধতির সম্মান পরীক্ষায় ইঅ, ইঝঝ এবং ইইঅ এর ক্ষেত্রে ১ম বর্ষ থেকে ২য় বর্ষে প্রমোশনের জন্য কমপক্ষে ৩টি তত্ত্বীয় কোর্সে ন্যূনতম উ গ্রেড পেতে হবে। ২য় বর্ষ থেকে ৩য় বর্ষে ন্যূনতম ৩টি তত্ত্বীয় কোর্সে উ গ্রেড পেতে হবে। ৩য় বর্ষ থেকে ৪র্থ বর্ষে প্রমোশনের জন্য ন্যূনতম ৪টি তত্ত্বীয় কোর্সে উ গ্রেড পেতে হবে। ই.ঝ.প এর ক্ষেত্রে ১ম বর্ষ থেকে ২য় বর্ষে প্রমোশনের জন্য ন্যূনতম ৩টি তত্ত্বীয় কোর্সে ন্যূনতম উ গ্রেড পেতে হবে। ২য় বর্ষ থেকে ৩য় বর্ষে প্রমোশনের জন্য ন্যূনতম ৩টি তত্ত্বীয় কোর্সে ন্যূনতম উ গ্রেড পেতে হবে। ৩য় বর্ষ থেকে ৪র্থ বর্ষে প্রমোশনের জন্য ন্যূনতম ৪টি তত্ত্বীয় কোর্সে ন্যূনতম উ গ্রেড পেতে হবে।

- খ) ১টি কোর্সে অনুপস্থিত থেকে শিক্ষার্থী অন্যান্য সকল কোর্সে অংশগ্রহণ করে ন্যূনপক্ষে সকল কোর্সে উ গ্রেড পেলে পরবর্তী বর্ষে প্রমোশন পাবে। পরবর্তী বছরে অনুষ্ঠিত পরীক্ষায় অনুপস্থিত বিষয়ে অংশগ্রহণ করে ন্যূনতম উ গ্রেড অর্জনে ব্যর্থ হলে সে ঘড়ঃ চতুঃসড়ঃবফ হবে। পরবর্তী বছরে অনুষ্ঠিত উক্ত বর্ষের পরীক্ষায় শিক্ষার্থীকে পূর্ববর্তী বছরের পাসকৃত তৃতীয় কোর্সের পরীক্ষা দিতে হবে না। একই বর্ষে পর পর অনুষ্ঠিত দু'বছরের প্রাপ্ত ফলাফল ক -উপধারার শর্ত পূরণ করলে একজন শিক্ষার্থী পরবর্তী বর্ষে প্রমোশন পাবে। তবে প্রযোজ্য ক্ষেত্রে পরবর্তী বর্ষে প্রমোশন পাওয়ার পর নিয়মানুসারে গ্রেড উন্নীত করার সুযোগ থাকবে।
- ঘ) একজন শিক্ষার্থী ক -উপধারার শর্ত পূরণ সাপেক্ষে ১ম বর্ষ থেকে ২য় বর্ষে প্রমোশন পাবে ২য় বর্ষে অধ্যয়নরত অবস্থায় ১ম বর্ষের ঋ গ্রেড সমূহকে উচ্চতর গ্রেডে উন্নীত করার সুযোগ পাবে। তবে ২য় বর্ষের পরীক্ষায় প্রমোশনের জন্য ক -উপধারার ন্যূনতম শর্তপূরণ করতে হবে। উক্ত শর্তপূরণে ব্যর্থ হলে ৩য় বর্ষে প্রমোশন পাবে না। একই ভাবে ৩য় বর্ষে অধ্যয়নরত অবস্থায় প্রযোজ্য ক্ষেত্রে শিক্ষার্থী ১ম ও ২য় বর্ষের ঋ গ্রেড সমূহকে উচ্চতর গ্রেডে উন্নীত করার সুযোগ পাবে। তবে ৩য় বর্ষের পরীক্ষায় প্রমোশনের জন্য ক -উপধারার ন্যূনতম শর্তপূরণ করতে হবে। উক্ত শর্তপূরণে সে ব্যর্থ হলে ৪র্থ বর্ষে প্রমোশন পাবে না।

১৭. কোর্স ভিত্তিক নম্বর বন্টন

২০১৩-২০১৪ শিক্ষাবর্ষ থেকে স্নাতক (সম্মান) শ্রেণীর সকল প্রোগ্রামের ১ম, ২য়, ৩য় ও ৪র্থ বর্ষের প্রত্যেক তৃতীয় কোর্সের প্রতি ১০০ নম্বরের মধ্যে ইন-কোর্স ও ক্লাসে উপস্থিতির ক্ষেত্রে নম্বর হবে ২০ (১৫+৫) এবং তৃতীয় ফাইনাল পরীক্ষার ক্ষেত্রে নম্বর হবে ৮০। প্রত্যেক বর্ষের ক্লাস শুরু থেকে ১৫ সপ্তাহের মধ্যে প্রতিটি কোর্সের অর্ধেক পাঠ্যসূচী শেষ করে পঠিত অংশের উপর কোর্স শিক্ষককে একটি ইন-কোর্স পরীক্ষা গ্রহণ করতে হবে। একইভাবে পরবর্তী ১৫ সপ্তাহের মধ্যে পাঠ্যসূচীর বাকী অর্ধেক শেষ করে এ অংশের উপর আর একটিসহ মোট ২টি ইন-কোর্স পরীক্ষা গ্রহণ করতে হবে। অভ্যন্তরীণভাবে উত্তরপত্র মূল্যায়ন করে ইন-কোর্স ও ক্লাস উপস্থিতিতে প্রাপ্ত মোট নম্বরপত্রের এক কপি জাতীয় বিশ্ববিদ্যালয়ের সংশ্লিষ্ট উপ-পরীক্ষা নিয়ন্ত্রক এর নিকট প্রেরণ করতে হবে এবং এক কপি সংশ্লিষ্ট বিভাগীয় প্রধানের অফিসে সংরক্ষণ করতে হবে। উল্লেখ্য বর্তমানে অধ্যয়নরত ২০০৯-১০ শিক্ষাবর্ষের শিক্ষার্থীদের জন্য ৩য় ও ৪র্থ বর্ষের প্রত্যেক তৃতীয় কোর্সের প্রতি ১০০ নম্বরের মধ্যে ইন-কোর্স ও ক্লাসে উপস্থিতির ক্ষেত্রে নম্বর হবে ২০ (১৫+৫) এবং তৃতীয় ফাইনাল পরীক্ষার ক্ষেত্রে নম্বর হবে ৮০। ২০১০-১১ ও ২০১১-১২ শিক্ষাবর্ষে ভর্তিকৃত শিক্ষার্থীদের জন্য ২য়, ৩য় ও ৪র্থ বর্ষের প্রত্যেক তৃতীয় কোর্সের প্রতি ১০০ নম্বরের মধ্যে ইন-কোর্স ও ক্লাসে উপস্থিতির ক্ষেত্রে নম্বর হবে ২০ (১৫+৫) এবং তৃতীয় ফাইনাল পরীক্ষার ক্ষেত্রে নম্বর হবে ৮০। ২০১২-২০১৩ শিক্ষাবর্ষে ভর্তিকৃত শিক্ষার্থীদের জন্য ১ম, ২য়, ৩য় ও ৪র্থ বর্ষের প্রত্যেক তৃতীয় কোর্সের প্রতি ১০০ নম্বরের মধ্যে ইন-কোর্স ও ক্লাসে উপস্থিতির ক্ষেত্রে নম্বর হবে ২০ (১৫+৫) এবং তৃতীয় ফাইনাল পরীক্ষার ক্ষেত্রে নম্বর হবে ৮০। বিভিন্ন শিক্ষাবর্ষের (যাদের জন্য প্রযোজ্য) ১ম, ২য়, ৩য় ও ৪র্থ বর্ষের ইন-কোর্স ও ক্লাসে উপস্থিতির ২০ নম্বরের মধ্যে ২টি ইন-কোর্স পরীক্ষা ১৫ নম্বরে এবং ক্লাসে উপস্থিতি ৫ নম্বরের মধ্যে মূল্যায়ন করতে হবে। তৃতীয় প্রতি ৫০ নম্বরের কোর্সে ইন-কোর্স ও ক্লাসে উপস্থিতির ক্ষেত্রে নম্বর হবে ১০ (৭ নম্বর ইন-কোর্স এবং ৩ নম্বর ক্লাসে উপস্থিতি) এবং তৃতীয় ফাইনাল পরীক্ষার ক্ষেত্রে নম্বর হবে ৪০।

ক্লাসে উপস্থিতির ভিত্তিতে নম্বর বন্টন হবে নিম্নরূপ:

Attendance range (in percent)	Marks
90% or above	5.00
85% to less than 90%	4.50
80% to less than 85%	4.00
75% to less than 80%	3.50
70% to less than 75%	3.00
65% to less than 70%	2.50
60% to less than 65%	2.00
55% to less than 60%	1.50
50% to less than 55%	1.00
45% to less than 50%	0.50
Less than 45%	0.00

১৮. মৌখিক পরীক্ষা

- (ক) ২০০৯-১০, ২০১০-১১, ২০১১-১২, ২০১২-১৩ শিক্ষাবর্ষে ভর্তিকৃতদের প্রত্যেক প্রোগ্রামের ২য় বর্ষ এবং ৪র্থ বর্ষ শেষে ৫০ নম্বর করে মোট ১০০ নম্বরের মৌখিক পরীক্ষা অনুষ্ঠিত হবে যা মোট ২×২=৪ ক্রেডিট হিসেবে গণ্য হবে। প্রত্যেক ছাত্র-ছাত্রীকে ২টি পৃথক মৌখিক পরীক্ষায় অবশ্যই অংশগ্রহণ করতে হবে। ২টি মৌখিক পরীক্ষার মোট নম্বর যোগ করে তার ভিত্তিতে LG, GP ও EPS নির্ণয় করে একজন পরীক্ষার্থীর CGPA নির্ণয় করা হবে। অভ্যন্তরীণ ও বহিঃপরীক্ষক মৌখিক পরীক্ষা গ্রহণ করবে। বহিঃপরীক্ষক ছাড়া কোন মৌখিক পরীক্ষা গ্রহণ যোগ্য হবে না।
- (খ) ২০১৩-১৪ শিক্ষাবর্ষ থেকে শুধুমাত্র ৪র্থ বর্ষে ১০০ নম্বর অর্থাৎ ৪ ক্রেডিটের মৌখিক পরীক্ষা অনুষ্ঠিত হবে।
- (গ) একজন শিক্ষার্থী যদি মৌখিক পরীক্ষায় অংশ গ্রহণে ব্যর্থ হয় তাহলে পরীক্ষা কমিটি/পরীক্ষা নিয়ন্ত্রক উপাচার্যের অনুমোদন সাপেক্ষে বিশেষ ক্ষেত্রে (লিখিত প্রমাণাদি) সংশ্লিষ্ট পরীক্ষার ফলাফল প্রকাশের পূর্বে নির্ধারিত অতিরিক্ত ফি প্রদান করে বিশেষ বিবেচনায় মৌখিক পরীক্ষায় অংশ গ্রহণের সুযোগ পাবে। সে ক্ষেত্রে পরীক্ষার্থীকে মৌখিক পরীক্ষা অনুষ্ঠানের যাবতীয় খরচ বিশ্ববিদ্যালয় কর্তৃপক্ষের নির্ধারিত হারে বহন করতে হবে।
- (ঘ) মৌখিক পরীক্ষায় উত্তীর্ণ হতে ব্যর্থ হলে একজন শিক্ষার্থী শুধুমাত্র একবার পরবর্তী শিক্ষাবর্ষের পরীক্ষার্থীদের সাথে ১০০ নম্বরের মৌখিক পরীক্ষায় অংশগ্রহণের সুযোগ পাবে।
- (ঙ) পরীক্ষা নিয়ন্ত্রক, সংশ্লিষ্ট ডীন ও প্রো-ভাইস-চ্যান্সেলর (একাডেমিক) এর সুপারিশসহ ভাইস-চ্যান্সেলর এর অনুমোদনক্রমে পরীক্ষার

তারিখ ও পরীক্ষকগণের তালিকা (তত্ত্বীয়, ব্যবহারিক, মৌখিক, ফিল্ড ওয়ার্ক) প্রকাশ করবেন। মৌখিক/ব্যবহারিক/মাঠকর্ম পরীক্ষা জাতীয় বিশ্ববিদ্যালয়ের মনোনীত প্রতিনিধি ছাড়া গ্রহণ করা যাবে না। এরূপ পরীক্ষা গ্রহণের জন্য মনোনীত কোন শিক্ষক দায়িত্ব পালন না করলে বা করতে ব্যর্থ হলে পরীক্ষা নিয়ন্ত্রকের পূর্বানুমতি গ্রহণপূর্বক নিকটবর্তী কোন কলেজ হতে একজন উপযুক্ত শিক্ষককে দিয়ে পরীক্ষা গ্রহণের ব্যবস্থা করা যাবে এবং সঙ্গে সঙ্গে বিষয়টি লিখিতভাবে পরীক্ষা নিয়ন্ত্রককে অবহিত করতে হবে। বিশ্ববিদ্যালয়ের পূর্বানুমতি ছাড়া অন্য কোন শিক্ষককে দিয়ে পরীক্ষা গ্রহণ করা যাবে না। প্রতিদিন অনধিক ৪০ (চলিওশ) জন পরীক্ষার্থীর ব্যবহারিক/মৌখিক পরীক্ষা গ্রহণ করা যাবে।

- (চ) মৌখিক/ব্যবহারিক পরীক্ষা শেষ হওয়ার ৭ দিনের মধ্যে কলেজ কর্তৃপক্ষকে মৌখিক/ব্যবহারিক পরীক্ষার নম্বর যথারীতি বিশ্ববিদ্যালয়ে প্রেরণ করতে হবে এবং এর একটি কপি অধ্যক্ষের নিজ দায়িত্বে গোপনীয়ভাবে সংরক্ষণ করতে হবে।

১৯. গ্রেড উন্নীত করণ

- (ক) একজন শিক্ষার্থী ১ম/২য়/৩য়/৪র্থ বর্ষের জিপিএ উন্নীতকরণের জন্য শুধুমাত্র C গ্রেড বা ২.২৫ এর কম প্রাপ্ত কোর্সে ঠিক পরবর্তী ব্যাচের পরীক্ষার সময় চলতি সিলেবাস অনুযায়ী পরীক্ষায় অংশগ্রহণ করার সুযোগ পাবে। তবে কোন পরীক্ষার্থী একটি কোর্সে একবারের বেশী গ্রেড উন্নীতকরণের সুযোগ পাবে না। কোন শিক্ষার্থী যদি গ্রেড উন্নীত করতে ব্যর্থ হয় তাহলে ঐ কোর্সে তার পূর্বের গ্রেড বহাল থাকবে। মানোন্নয়নের ক্ষেত্রে ১ম অথবা ২য় বারের পরীক্ষার মধ্যে যে গ্রেড উচ্চতর হবে তা যোগ করা হবে এবং তার ভিত্তিতেই ফলাফল নির্ধারণ করা হবে।
- (খ) ইন-কোর্স, মৌখিক ও ব্যবহারিক পরীক্ষায় মান উন্নয়নের কোন সুযোগ থাকবে না।
- (গ) বিভাগীয় প্রধান অধ্যক্ষের মাধ্যমে মান উন্নয়ন পরীক্ষায় অংশ গ্রহণেচ্ছুক শিক্ষার্থীদের তালিকা ফরম পূরণের শেষ তারিখের পর পরই জাতীয় বিশ্ববিদ্যালয়ের পরীক্ষা নিয়ন্ত্রকের কাছে প্রেরণ করবে।

২০. ডিগ্রি প্রাপ্তির যোগ্যতাসমূহ

ব্যাচেলর (অনার্স) ডিগ্রি পেতে হলে একজন শিক্ষার্থীকে নিম্নোক্ত শর্তসমূহ পূরণ করতে হবে।

- (ক) CGPA এর ভিত্তিতে চূড়ান্ত ফলাফল প্রকাশ করা হবে।
- (খ) একজন শিক্ষার্থীকে সকল তত্ত্বীয়/ব্যবহারিক/টার্ম পেপার/মাঠকর্ম পরীক্ষায় অংশগ্রহণ করে অবশ্যই ন্যূনতম CGPA ২.০০ পেতে হবে। অন্যথায় সে উক্ত প্রোগ্রামে অকৃতকার্য বলে গণ্য হবে।
- (গ) প্রতিটি মৌখিক পরীক্ষায় পৃথকভাবে গ্রেড পয়েন্ট ২.০০ অর্জন করতে হবে। কোন বর্ষে মৌখিক পরীক্ষায় প্রয়োজনীয় GP অর্জনে ব্যর্থ হলে রেজিস্ট্রেশনের মেয়াদ থাকা সাপেক্ষে পরবর্তী ব্যাচের সাথে মৌখিক পরীক্ষায় অংশ গ্রহণের সুযোগ পাবে।
- (ঘ) CGPA ৩.৭৫ থেকে ৪.০ প্রাপ্ত শিক্ষার্থীদের Distinction সহ অনার্স ডিগ্রি প্রদান করা হবে যা একাডেমিক ট্রান্সক্রিপ্টে উল্লেখ থাকবে।
- (ঙ) সকল কোর্সের (তত্ত্বীয়/ব্যবহারিক/ টার্ম পেপার/মাঠকর্ম/মৌখিক) পরীক্ষায় অংশ গ্রহণ বাধ্যতামূলক এবং ন্যূনতম গ্রেড পয়েন্ট ২.০০ বা D গ্রেড পেয়ে পাশ করতে হবে।

২১. পাস ডিগ্রি :

- ক) ১ম, ২য়, ৩য় বা ৪র্থ বর্ষে F গ্রেড পাওয়া কোর্সগুলো রেজিস্ট্রেশন মেয়াদে (শুরচ থেকে ছয় শিক্ষাবর্ষের মধ্যে) অবশ্যই U বা উচ্চতর গ্রেডে উন্নীত করতে হবে। তবে F গ্রেড প্রাপ্ত কোর্স পরবর্তীতে পরীক্ষার মাধ্যমে উন্নীত করার ক্ষেত্রে ফলাফল যাই হোক না কেন একজন পরীক্ষার্থী সর্বোচ্চ B+ গ্রেড এর বেশী প্রাপ্য হবে না। উল্লেখ্য যে, কোন কোর্সে F গ্রেড থাকলে পরীক্ষার্থী অনার্স ডিগ্রী পাবে না।
- খ) রেজিস্ট্রেশন মেয়াদ শেষে কোন পরীক্ষার্থী একাধিক F গ্রেডসহ ন্যূনতম 100 Credit অর্জন করলে তাকে পাস ডিগ্রী প্রদান করা হবে।
- গ) চার বছরের অনার্স কোর্স সম্পন্ন করার পর কোন কোর্সে F সহ কোন ছাত্র CGPA ২.০০ পেয়ে থাকলে তাকে পাস ডিগ্রী দেয়া যাবে তবে কোন কোর্সের পরীক্ষায় Absent থাকলে তাকে কোন ডিগ্রী প্রদান করা হবে না।

২২. ট্রান্সক্রিপ্টস (Transcripts)

বিশ্ববিদ্যালয়ের নির্ধারিত ফি পরিশোধ সাপেক্ষে প্রত্যেক বর্ষের ফলাফলের ট্রান্সক্রিপ্ট প্রদান করা হবে। একাডেমিক ট্রান্সক্রিপ্ট- গ্রেড, Corresponding গ্রেড পয়েন্ট GPA, CGPA দেয়া হবে এবং এতে কোন গাণিতিক নম্বর থাকবে না।

(প্রফেসর ড. ফকির রফিকুল আলম)

ডীন (ভারপ্রাপ্ত)

কারিকুলাম উন্নয়ন ও মূল্যায়ন কেন্দ্র

জাতীয় বিশ্ববিদ্যালয়, গাজীপুর

ফোনঃ ৯২৯১০৩০ (অফিস)।

According to new curriculum (Grading & Credit System)
(Questions will be set from recommended textbooks)

Distribution of Marks in Question Paper

Effective from: Session 2012-2013

For 1st, 2nd, 3rd & 4th Year Honours Course

Full Marks: 100

Time of Examination: 4 Hours

Question Types		Details	
Part-A	Shortest Questions (such as definition/ Quizes) (Covering all the chapters of the syllabus.)	10 questions out of 12 1(a-l).	(1×10)=10
Part-B	Short Questions (such as Conceptual/Numerical) (Covering all the chapters of the syllabus.)	5 Questions Out of 8 Question no. 2 -9.	(4×5)=20
Part-C	Broad Questions (such as Analytical/Conceptual/Numerical)	5 Questions Out of 8 (Question may be divided into. (i),(ii),(iii) etc subsections.) Question no. 10 -17.	(10×5)=50
		Final Exam:	80
In course Test will be conducted by the course teacher as per the instruction of the ordinance.			20
		Total	100

According to new curriculum (Grading & Credit System)
(Questions will be set from recommended textbooks)

Distribution of Marks in Question Paper

Effective from: Session 2012-2013

For 1st, 2nd, 3rd & 4th Year Honours Course

Full Marks: 50

Time of Examination: 2.5 Hours

Question Types		Details	
Part-A	Shortest Questions (such as definition/ Quizes) (Covering all the chapters of the syllabus.)	8 questions out of 10 such as question number 1. (a) – (h)	(1×8)=8
Part-B	Short Questions (such as Conceptual/Numerical) (Covering all the chapters of the syllabus.)	3 Questions Out of 5 such as question number 2 – 6.	(4×3)=12
Part-C	Broad Questions (such as Analytical/Conceptual/Numerical)	2 Questions Out of 4 (Question may be divided into (i),(ii),(iii) etc subsections) For mathematical/numerical questions this condition may be relaxed Questions no. 7 -10.	(10×2)=20
		Final Exam.	40
In course Test will be conducted by the course teacher as per the instruction of the ordinance.			10
		Total	50