



ශ්‍රී ලංකා විවෘත විශ්වවිද්‍යාලය

ව්‍යවසායකත්ව හා කුඩා ව්‍යාපාර කළමනාකරණ උසස් සහතික පත්‍ර

පාඨමාලාව - 2 වන මට්ටම

අවසාන පරීක්ෂණය -2020

ව්‍යවසායකයින් සඳහා අලෙවිකරණය -MCC1204/MSC2404

කාලය පැය දෙක (02) යි.

දිනය - 2020.02.23 වේලාව - පෙ.ව. 10.00 - මධ්‍යහ්න 12.00 දක්වා

උපදෙස්

- A කොටසේ ප්‍රශ්නය (ලකුණු 40) සහ B කොටසේ ඕනෑම ප්‍රශ්න තුනකට (එක් ප්‍රශ්නයකට ලකුණු 20 බැගින්) පමණක් පිළිතුරු සපයන්න.

A - කොටස

01. හේරත් මහතා සහ මහත්මිය තම නගරයේ උදෑසන ආහාර අවන්හලක් ඇරඹීමට අදහස් කරයි. එම නගරයේ සාර්ථක ව්‍යවසායකයින් වීම ඔවුන්ගේ අපේක්ෂාවයි.

ඔවුන්ගේ ව්‍යාපාරය සාර්ථක කර ගැනීම සඳහා එම නගරයේ පාරිභෝගිකයන්/ජනතාව/ පදිංචිකරුවන්ගේ උදෑසන ආහාරය සඳහා ඇති කැමැත්ත (preference of Food) හඳුනා ගැනීමට වෙළඳපල පර්යේෂණයක් තුළින් තොරතුරු රැස්කර ගත යුතු බවට ඔවුන් අදහස් කරයි.

අලෙවිකරණය හැදෑරූ ඔබ “අලෙවිකරණ පර්යේෂණ ක්‍රියාවලිය” (Marketing Research Process) ඇසුරින් වෙළඳපල පර්යේෂණයක් සිදුකරගත හැකි ආකාරය ඔවුනට යෝජනා කරන්න.

සටහන : ඔබේ උපකල්පනයන් සඳහන් කරන්න. (ලකුණු 40)

B- කොටස

02. අලෙවිකරණ දර්ශනයන්හි විකාශයේ පැරණිතම සංකල්පය (Production Concept) “නිෂ්පාදන සංකල්පයයි.” අලෙවිකරුවන්ට සිය අලෙවි උපක්‍රමවලදී නිෂ්පාදන සංකල්පය උපයෝගී කරගත හැකි ආකාරය පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 20)

03. ජෑම් නිෂ්පාදන ව්‍යාපාරයක අලෙවි කළමනාකරුවකු වන ඔබට ඔබේ ව්‍යාපාරය වෙනුවෙන් “අලෙවි මිශ්‍රය” සංකල්පය උපයෝගී කරගත හැකි ආකාරය පහදන්න. (ලකුණු 20)

04. a. වෙළඳපල බණ්ඩනය යනු කුමක් ද? (ලකුණු 06)

b. වෙළඳපල බණ්ඩය කිරීමේ සංරචක යොදා ගනිමින් සබන් වෙළඳපල බණ්ඩනය කර පෙන්වන්න. (ලකුණු 14)

05. කෙටි සටහන් ලියන්න.

a) ක්ෂුද්‍ර අලෙවි පරිසරයේ එන වෙළඳපල අතරමැදියන් (Marketing intermediaries in Micro Environment)

b) ප්‍රවර්ධන මිශ්‍රයේ එන සෘජු අලෙවිකරණය (Direct Marketing in Promotion Mix) (ලකුණු 20)

හිමිකම් ඇවිරිණි.



00130

THE OPEN UNIVERSITY OF SRI LANKA
ADVANCED CERTIFICATE IN ENTREPRENEURSHIP AND SMALL BUSINESS
MANAGEMENT – LEVEL 02
FINAL EXAMINATION – 2020
MCC 1204/MSC 2404 – MARKETING FOR ENTREPRENEURS
DURATION: 02 (TWO) HOURS

DATE: 23/02/2020

Time: 10.00 A.M - 12.00 Noon

Instructions: Answer Part (A) (40 marks) and any three (03) questions from Part B (20 marks each)

Part A

1. Mr. & Mrs. Herath are planning to start a breakfast outlet in their town. They want to become successful entrepreneurs, thus decided to collect information relevant to the nature of demand for breakfast. In order to make their business venture successful, a decision was made to gather information to find out the preference of food for their breakfast from customers/people /residents in the town. Therefore decision was made to conduct a marketing research with the intention of collecting information for this purpose.

As a student of marketing you have to propose how to conduct a marketing research based on "Marketing Research Process" towards this.

Note: write your assumptions.

(40 Marks)

Part B

2. Marketing philosophies have evolved from "Production Concept" which is the oldest concept.

Identify and explain how Marketers practice Production Concept in their marketing strategies.

(20 Marks)

3. As a Marketing Manager of Jam Manufacturing Company, explain how you would apply concept of "Marketing Mix " for your company. (20 Marks)

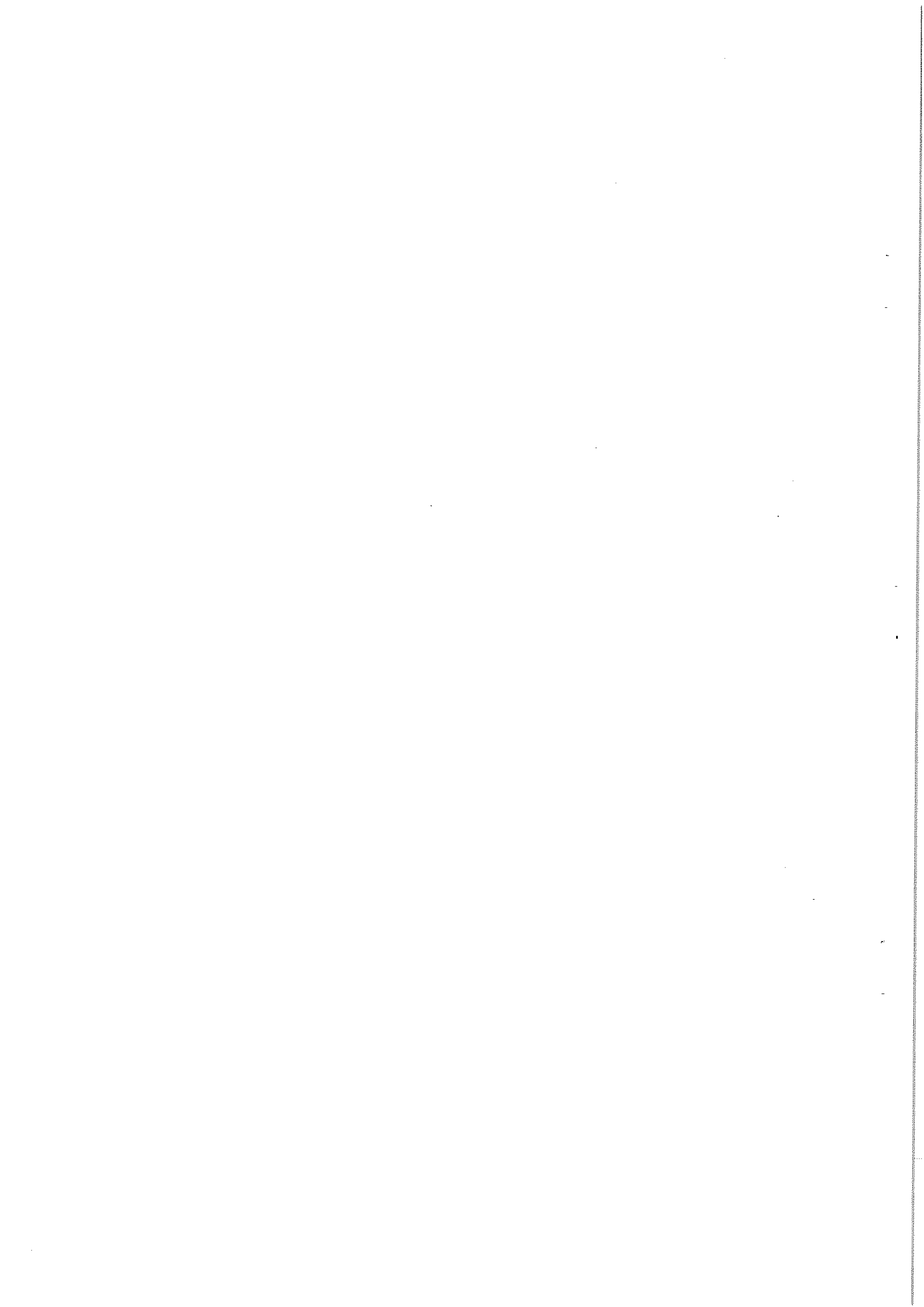
4. a. What is Market Segmentation? (06 Marks)

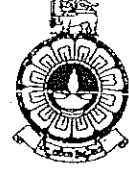
b. How would you segment the soap market by using segmentation variables?(14 Marks)
(Total 20 Marks)

5. Write the short notes on

a. Marketing intermediaries in Micro Environment

b. Direct Marketing in Promotion Mix. (20 Marks)





00143

இலங்கை திறந்த பல்கலைக்கழகம்

தொழிலுரிமைத்துவமும் சிறிய வியாபார முகாமைத்துவமும் உயர்தர சான்றிதழ் நிகழ்ச்சித்திட்டம்
மட்டம் - 02

இறுதி பரீட்சை - 2020

MCC1204/MSC2404 -- தொழிலுரிமையாளருக்கான சந்தைப்படுத்தல்

காலம் - 02 (இரண்டு) மணித்தியாலங்கள்

திகதி: 23/02/2020

நேரம்: 10.00 மு.ப. - 12.00 பி.ப

அறிவுறுத்தல்கள்: பகுதி (A) (40 புள்ளிகள்) மற்றும் பகுதி (B) யிலிருந்து (ஒவ்வொன்றும் 20 புள்ளிகள்) ஏதேனும் மூன்று வினாக்களுக்கும் விடை தருக.

பகுதி A

1. திரு மற்றும் திருமதி ஹேரத் என்பவர்கள் அவர்களின் நகரில் காலை உணவு கடையொன்றை தொடங்குவதற்கு திட்டமிடுகின்றனர். அவர்கள் வெற்றிகரமான தொழில் முயற்சியாளர்களாக வேண்டுமென்பதனால், காலை உணவின் கேள்வியின் தன்மை தொடர்பாக தகவல் திரட்ட தீர்மானிக்கின்றனர். அவர்களின் வணிக முயற்சியினை வெற்றிகரமாக்க, அந் நகரத்திலுள்ள வாடிக்கையாளர்கள்/மக்கள் /குடியிருப்பவர்களின் காலை உணவின் விருப்பம் (Preference of Food) தொடர்பாக தகவல் திரட்ட தீர்மானிக்கப்பட்டுள்ளது. ஆகவே தகவல் திரட்டும் நோக்கில் சந்தை ஆய்வொன்றை நடாத்த தீர்மானிக்கப்பட்டுள்ளது.

சந்தைப்படுத்தல் மாணவராக, ஓர் சந்தை ஆய்வொன்றை எவ்வாறு நடத்துவது என்பதனை “சந்தை ஆய்வு செயல்முறையினை” (Marketing Research Process) அடிப்படையாக கொண்டு நீங்கள் முன்மொழிய வேண்டும். (40 புள்ளிகள்)

பகுதி B

2. சந்தைப்படுத்தல் தத்துவங்களானவை, பழையமான தத்துவமான உற்பத்தி கோட்பாட்டிலிருந்து (Production Concept) உருவாகின.
எவ்வாறு சந்தைப்படுத்துனர்கள் உற்பத்தி கோட்பாட்டை தமது சந்தைப்படுத்தல் உபாயங்களில் பயன்படுத்துகின்றனர் என்பதை இனங்கண்டு விளக்குக. (20 புள்ளிகள்)
3. ஜாம் (Jam) உற்பத்தி செய்யும் கம்பனியொன்றிலுள்ள சந்தைப்படுத்தல் முகாமையாளராக, நீங்கள் எவ்வாறு “சந்தைப்படுத்தல் கலவை” (Marketing Mix) கோட்பாட்டை உபயோகிப்பீர்கள் என்பதை விளக்குக. (20 புள்ளிகள்)
4. a. சந்தை துண்டமாக்கல் என்றால் என்ன? (06 புள்ளிகள்)
b. எவ்வாறு சவர்க்கார சந்தையொன்றை, சந்தை துண்டமாக்கல் அடிப்படைகளை பயன்படுத்தி துண்டமாக்குவீர்கள்? (14 புள்ளிகள்)
5. பின்வருவனவற்றிற்கு சிறுகுறிப்பெழுதுக.
a. சிற்றின சூழலில் சந்தைப்படுத்தல் நடுவர்கள் (Marketing Intermediaries in Micro Environment)
b. மேம்படுத்தல் கலவையில் நேரடி சந்தைப்படுத்தல் (Direct Marketing in Promotion Mix) (20 புள்ளிகள்)

- பதிப்புரிமையுடையது -

