

இலங்கை திறந்த பல்கலைக்கழகம்
தொழிலுரிமைத்துவமும் சிறிய வியாபார முகாமைத்துவமும்
உயர்தர சான்றிதழ் நிகழ்ச்சித்திட்டம் - மட்டம் 02

இறுதி தேர்வு-2025

MMC2404 -தொழில் உரிமையாளர்களுக்கான சந்தைப்படுத்தல்

காலம்: 02 மணித்தியாலங்கள்



திகதி: 25.05.2025

நேரம்: மு.ப 9.30- மு.ப 11.30

வழிமுறைகள்:

- பிரிவு A இல் உள்ள அனைத்து கேள்விகளுக்கும் பதிலளிக்கவும். (கட்டாயமானது)
- பிரிவு B இல் இருந்து இரண்டு கேள்விகளுக்கு மட்டும் பதிலளிக்கவும்.
- மொத்தத்தில், மாணவர்கள் மூன்று (3) கேள்விகளுக்கு பதிலளிக்க வேண்டும்
- ஒவ்வொரு கேள்விக்கும் மதிப்பெண்கள் கேள்வியின் முடிவில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளன.
- ஒவ்வொரு பதிலையும் ஒரு புதிய பக்கத்தில் தொடங்கவும்.

பகுதி A – கட்டாயமான வினா (மொத்தம்: 50 மதிப்பெண்கள்)

வினா 01. வழக்குக்கணக்கு (Case study)

இணைய சந்தைப்படுத்தல் சவால்களை கடந்து வெற்றியை நோக்கி ஒரு இலங்கை தொழிலதிபரின் வெற்றிப் பயணம்

தர்ஷி என்பவர் கொழும்பைச் சேர்ந்த ஒரு இளம் தொழில்முயற்சியாளராவார். இவர் "Style by Darshi" என்ற இணையவழி (online) ஆடைகள் கடையை தொடங்கியுள்ளார். இந்நிறுவனம் இலங்கையின் நவீன மற்றும் மலிவான ஆடை வடிவங்களை விற்பனை செய்கிறது. சிறு அளவிலான கைத்தறி கலைஞர்கள் மற்றும் தையல்காரர்களிடமிருந்து பொருட்களை பெறுகிறார்.

தர்ஷி பெரும்பாலும் Instagram, Facebook மற்றும் TikTok போன்ற சமூக ஊடகங்களைத் தன் வணிகத்தை பிரபலப்படுத்த பயன்படுத்துகிறார். ஆனால், சமூக ஊடகங்களில் ஈடுபாடு அதிகமிருந்தாலும், அவை நிலையான விற்பனையாக மாறுவதில்லை என்பது பெரிய சவாலாக இருக்கிறது.

தர்ஷி எதிர்கொள்ளும் மிகப்பெரிய சவால்களில் ஒன்று, நன்கு நிறுவப்பட்ட ஈ-காமர்ஸ் தளங்கள் மற்றும் பெரிய சந்தைப்படுத்தல் வரவு செலவுத் திட்டங்கள் மற்றும் விரிவான தளவாட நெட்வொர்க்குகளைக் கொண்ட சர்வதேச பேஷன் பிராண்டுகளுடன் போட்டியிடுவதாகும். பல சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்கள் அவரது உள்ளடக்கத்துடன் ஈடுபடுகிறார்கள், ஆனால் தரம், விநியோக நேரங்கள் மற்றும் திரும்பும் கொள்கைகள் பற்றிய கவலைகள் காரணமாக கொள்முதல் செய்ய தயங்குகிறார்கள். அத்துடன், தர்ஷி இணைய விளம்பரங்கள், தேடல் இயந்திர மேம்பாடு (SEO), மற்றும் வாடிக்கையாளர் தரவுகள் பகுப்பாய்வு போன்றவற்றை சரியாகப் பயன்படுத்த தெரியாமல் தடுமாறுகிறார்.

டிஜிட்டல் மார்க்கெட்டிங் தவிர, சரக்குகளை நிர்வகித்தல், நம்பகமான விநியோகச் சங்கிலியை உறுதி செய்தல் மற்றும் ஆன்லைன் பரிவர்த்தனைகளில் வாடிக்கையாளர் நம்பிக்கையை உருவாக்குதல் போன்ற செயல்பாட்டு சவால்களையும் தர்ஷி எதிர்கொள்கிறார். கூடுதலாக, மலிவு மற்றும் தரத்தைப் பராமரிக்கும் அதே வேளையில், இலங்கை சந்தையில் தனது பிராண்டை தனித்துவமாக நிலைநிறுத்துவதற்கான வழிகளை அவர் தேடுகிறார். மேலும், பொருளாதார ஏற்ற

இறக்கங்கள். தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்கள் மற்றும் தனது வணிக வளர்ச்சியை பாதிக்கும் சட்ட விதிமுறைகள் போன்ற பல்வேறு வெளிப்புற சுற்றுச்சூழல் காரணிகளை தர்ஷி கையாள வேண்டும்.

கேள்விகள்:

(a) "சந்தை சூழல்" என்ற சொல்லுக்கு வரையறை அளித்து, ஒரு வணிகத்திற்கு அதன் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக.

(05 மதிப்பெண்கள்)

(b) ஒரு நிறுவனத்தின் உள்ளக சந்தை சூழல் மற்றும் வெளியாக சந்தை சூழல் ஆகியவற்றின் வித்தியாசங்களை விளக்குக.

(05 மதிப்பெண்கள்)

(c) தர்ஷி எதிர்கொள்கின்ற இரண்டு முக்கியமான இணைய சந்தைப்படுத்தல் சவால்களை அடையாளம் காண்க மற்றும் விளக்குக.

(10 மதிப்பெண்கள்)

(d) தர்ஷி தனது ஆடைகளை பிரபலப்படுத்த மற்றும் விற்பனை அதிகரிக்க சமூக ஊடகங்களை எவ்வாறு பயன்படுத்தலாம் என்பதை விவரிக்கவும்.

(15 மதிப்பெண்கள்)

(e) Style by Darshi நிறுவனத்திற்கான PESTLE பகுப்பாய்வை செய்யவும்.

(15 மதிப்பெண்கள்)

பகுதி B – கீழ்க்காணும் எந்த இரண்டு (2) வினாக்களுக்கும் பதிலளிக்கவும்

(மொத்தம்: 50 மதிப்பெண்கள்)

வினா 02

சந்தைப்படுத்தல் கலவை (4Ps) என்பது சந்தைப்படுத்தலில் ஒரு அடிப்படைக் கருத்தாகும், இது தயாரிப்பு, விலை, இடம் மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் கலவை (4Ps) என்பது சந்தைப்படுத்தலில் ஒரு அடிப்படைக் கருத்தாகும், இது தயாரிப்பு, விலை, இடம் மற்றும் பதவி உயர்வுக்கான பயனுள்ள உத்திகளை உருவாக்க வணிகங்களுக்கு உதவுகிறது. தொழில்முனைவோர் வாடிக்கையாளர்களுக்கு மதிப்பை உருவாக்குவதற்கும் போட்டி விளிம்பைப் பெறுவதற்கும் இந்த கூறுகளை சமநிலைப்படுத்த வேண்டும். பயனுள்ள உத்திகளை உருவாக்க வணிகங்களுக்கு உதவுகிறது. தொழில்முனைவோர் வாடிக்கையாளர்களுக்கு மதிப்பை உருவாக்குவதற்கும் போட்டி விளிம்பைப் பெறுவதற்கும் இந்த கூறுகளை சமநிலைப்படுத்த வேண்டும்.

(a) சந்தைப்படுத்தல் கலவை (4Ps) என்றால் என்ன? மேலும் ஒரு தாவரக் கடையைத் தொடங்கும் ஒரே ஒரு தொழில்முயற்சியாளர் இதைப் எப்படி பயன்படுத்தலாம் என்பதையும் விளக்குக.

(10 மதிப்பெண்கள்)

(b) ஸ்கிம்மிங் (Skimming) மற்றும் பெனிட்ரேஷன் (Penetration) விலை நிர்ணய உத்திகளை விளக்குக மற்றும் இலங்கையிலிருந்து எடுத்துக்காட்டுக்களுடன் ஒப்பீடு செய்யவும்.

(08 மதிப்பெண்கள்)

(c) சந்தைப்படுத்தல் கலவையில் விநியோகக் கால்வாய்களின் பங்கு என்ன? ஒரு வணிகம் சரியான விநியோகக் கால்வாயை எவ்வாறு தேர்வு செய்கிறது என்பதை விளக்குக.
(07 மதிப்பெண்கள்)

வினா 03

வாடிக்கையாளர் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்யும் தயாரிப்புகள் மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் உத்திகளை உருவாக்க தொழில்முனைவோருக்கு நுகர்வோர் நடத்தையைப் புரிந்துகொள்வது முக்கியம். கலாச்சார, சமூக, தனிப்பட்ட மற்றும் உளவியல் அம்சங்கள் போன்ற காரணிகள் வாங்கும் முடிவுகளை பாதிக்கின்றன.

(a) நுகர்வோர் நடத்தை என்றால் என்ன? ஒரு சலூன் (Salon) வைத்திருக்கும் தொழில்முயற்சியாளருக்கு இது ஏன் முக்கியம் என்பதையும் விளக்குக.
(10 மதிப்பெண்கள்)

(b) இலங்கைச் சூழலுக்குள் நுகர்வோர் கொள்முதல் முடிவெடுக்கும் செயல்முறையில் தாக்கம் செய்கின்ற மூன்று முக்கியமான காரியங்களை விவரிக்கவும்.
(10 மதிப்பெண்கள்)

(c) நவீன இணையவழி நுகர்வோர் நடத்தை புரிந்துகொள்வதின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக.
(05 மதிப்பெண்கள்)

வினா 04 – எளிய குறிப்புகள் எழுதுக (பின்வரும் தலைப்புகளில் ஏதேனும் ஐந்தையும் தேர்வு செய்யவும்)

(ஒவ்வொன்றுக்கு 5 மதிப்பெண்கள் $\times 5 = 25$ மதிப்பெண்கள்)

- சந்தை ஆராய்ச்சி மற்றும் அதன் முக்கியத்துவம்
- நுகர்வோர் முடிவு எடுக்கும் செயல்முறை
- சந்தை பகுப்பாய்வு
- உறவுத் தொடர்பு சந்தைப்படுத்தல்
- பசுமை சந்தைப்படுத்தல்
- சமூக சந்தைப்படுத்தல் கோட்பாடு

-பதிப்புரிமையுடையது-