

ශ්‍රී ලංකා විවෘත විශ්වවිද්‍යාලය

ව්‍යවසායකත්ව හා කුඩා ව්‍යාපාර කළමනාකරණ සහතික පත්‍ර වැඩසටහන 2014

දෙවන මට්ටම - අවසාන පරීක්ෂණය -2014

අලෙවිකරණයට හැදින්වීමක් - MCC 1204



කාලය : පැය දෙකයි

දිනය : 2014.12.14

වේලාව : ප.ව.1.30 - ප.ව.3.30

උපදෙස් : ප්‍රශ්න හතරකට (04) පමණක් පිළිතුරු සපයන්න.

1. පුළුල් සංවාද තුළින් පාරිභෝගිකයන් සමඟ දිගුකාලීන සබඳතාවක් ගොඩ නගා නොගැනීම කුඩා ව්‍යාපාරයන් අසාර්ථක වීමට බලපාන ප්‍රධාන සාධක පහෙන් එකක් ලෙස ලෝබ්ස්, (2013) හඳුනා ගෙන ඇත. “පාරිභෝගිකයා පිළිබඳ අවබෝධය කුඩා ව්‍යාපාරයකට වැදගත් වන ආකාරය” පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 25)
2. ව්‍යවසායකයන් තීරණ ගැනීමේදී “අලෙවිකරණ පරිසරය” ඒ කෙරෙහි ප්‍රමුඛව බලපාන ආකාරය කුඩා ව්‍යාපාරයක් උදාහරණය ලෙස දක්වමින් විස්තර කරන්න. (ලකුණු 25)
3. අ) වෙළෙඳ ප්‍රචාරණය අලෙවි ප්‍රවර්ධනයෙන් වෙනස් වන්නේ කෙසේදැයි පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 05)
- ආ) වෙබ් අඩවි නිර්මාණකරණයේ යෙදෙන කුඩා ව්‍යාපාරයකට අලෙවි ප්‍රවර්ධනයෙන් ඇති වාසි මොනවා දැයි විස්තර කරන්න. (ලකුණු 20)
4. අ) යෝග්‍ය නිෂ්පාදනය කරන කුඩා ව්‍යාපාරයක් සඳහා වෙළෙඳපල බණ්ඩනය කිරීමට යොදාගත හැකි සාධක මොනවාදැයි කෙටියෙන් පහදන්න. (ලකුණු 10)
- ආ) ඉන් එක් සාධකයක් යොදාගෙන එම වෙළෙඳපල බණ්ඩනය කරන අයුරු පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 15)
5. පහත සඳහන් සංකල්ප එහි සංකල්පීය අදහස පැහැදිලි වන ආකාරයෙන් විස්තර කරන්න.
 - අ) නිෂ්පාදන ජීවන චක්‍රය (Product life Cycle)
 - ආ) අලෙවි මිශ්‍රය (Marketing Mix)
 - ඇ) අලෙවි පර්යේෂණ (Marketing Research)
 - ඈ) අවශ්‍යතා, චුළුමනා සහ ඉල්ලුම(Needs, Wants and Demand)
 - ඉ) සමාජීය අලෙවිකරණ සංකල්පය (Societal Marketing Concept)
 (ලකුණු 25)

**THE OPEN UNIVERSITY OF SRI LANKA
 CERTIFICATE IN ENTREPRENEURSHIP AND SMALL BUSINESS
 MANAGEMENT PROGRAMME - LEVEL 02
 FINAL EXAMINATION - 2014
 MCC1204 - INTRODUCTION TO MARKETING**



DURATION – TWO (02) HOURS

DATE: 14.12.2014

TIME : 1.30 p.m. - 3.30 p.m.

Instructions

*Answer any four (04) questions.
 All questions carry equal marks.*

1. According to Forbes (2013), not maintaining a relationship with customers through deep dialogue can be considered as one of the top five factors affecting the failure of small businesses. Explain the 'importance of understanding the customer' in small business. (25 Marks)
2. Describe using an example of a small business, how "Marketing environment" is important for entrepreneurs to make decisions? (25 Marks)
3. (a) How do you differentiate sales promotion from advertising? (05 Marks)
 (b) Explain the benefits of sales promotion for a small business involved in web designing. (20 Marks)
4. (a) Briefly describe the factors that can be used by a small business producing yoghurt to segment its market. (10 Marks)
 (b) Using one such factor explain how you segment the said market. (15 Marks)
5. Explain the following concepts to clearly bring out conceptual meanings.
 (a) Product Life Cycle (PLC)
 (b) Marketing Mix
 (c) Marketing research
 (d) Needs, wants and Demand
 (e) Societal Marketing concept (25 Marks)



இலங்கை திறந்த பல்கலைக்கழகம்
தொழிலுரிமைத்துவமும், சிறிய வியாபார முகாமைத்துவமும் சான்றிதழ்
மட்டம் - 02 - இறுதிப் பரீட்சை - 2014
சந்தைப்படுத்தலுக்கு அறிமுகம் - MCC1204
காலம்: இரண்டு (02) மணித்தியாலங்கள்
திகதி: 14.12.2014

நேரம்: 01.30 பி.ப - 03.30 பி.ப

அறிவுறுத்தல்கள்:

எவையேனும் நான்கு (04) வினாக்களுக்கு விடை எழுதுக.
எல்லா வினாக்களும் சம புள்ளிகளைக் கொண்டுள்ளன.

01. போர்ப்ஸ் (2013)ன் கூற்றுப்படி, வாடிக்கையாளர்களுடன் ஆழ்ந்த கலந்துறவாடலைப் பேணாதிருத்தல் சிறிய வியாபாரமொன்றைப் பாதிக்கும் ஐந்து காரணிகளில் ஒன்றாகும் சிறிய வியாபாரமொன்றில் “வாடிக்கையாளரை அறிந்து கொள்வதின்” முக்கியத்துவத்தை விபரிக்குக. (25 புள்ளிகள்)
02. தொழிலுரிமையாளருக்கு தீர்மானங்களை எடுப்பதற்கு “சந்தைப்படுத்தல் சுற்றாடல்” எவ்வாறு முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது என்பதை விபரிக்குக. (25 புள்ளிகள்)
03. a. மேம்படுத்தலை விளம்பரப்படுத்துவதிலிருந்து எவ்வாறு வேறுபடுத்துவீர்? (05 புள்ளிகள்)
b. இணையத் தளத்தை வடிவமைப்பதில் ஈடுபட்டுள்ள சிறிய வணிகமொன்றிக்குரிய மேம்படுத்தலின் நன்மைகளை விளக்குக. (20 புள்ளிகள்)
04. a. யோக்கட் உற்பத்தி செய்யும் சிறிய வணிகத்தினால் அதன் சந்தையை துண்டாக்க பயன்படுத்தும் காரணிகளை சுருக்கமாக விபரிக்குக. (10 புள்ளிகள்)
b. அக்காரணிகளில் ஒன்றைப் பயன்படுத்தி குறிப்பிட்ட சந்தையை எவ்வாறு துண்டாக்குவீர்? (15 புள்ளிகள்)
05. பின்வரும் கோட்பாடுகளை, அவைகளின் கோட்பாட்டுக் கருத்துக்களை வெளிப்படுத்துமாறு தெளிவாக விளக்குக.
a. உற்பத்தி வாழ்க்கை வட்டம் (PLC)
b. சந்தைக் கலவை
c. சந்தை ஆய்வு
d. தேவைகள், விருப்புக்கள் மற்றும் கேள்வி
e. சமூகரீதியான சந்தைப்படுத்தல் கோட்பாடு (25 புள்ளிகள்)