ශ්‍රී ලංකා විවෘත විශ්වවිද්‍යාලය
කළමනාකරණ අධ්‍යයනවේදී උපාධි වැඩසටහන - තුන් වන මට්ටම
අවසාන පරීක්ෂණය - 2016
MCU 1203 - අලෙවිකරණය

කාලය : පැය තුන (03) යි.

දිනය : 2016.07.09	**වේලාව :පෙ.ව.9.30 - ප.ව.12.30**

උපදෙස් :

- **ඕනෑම ප්‍රශ්න පහකට (05) පිළිතුරු සපයන්න.**
- **සෑම ප්‍රශ්නයකටම සමාන ලකුණු ලැබේ.**

01. a වෙළඳපල බණ්ඩනය යනුවෙන් ඔබ අදහස් කරන්නේ කුමක්ද? **(ලකුණු 05)**

b වෙළඳපල බණ්ඩනයේ වාසි සහ අවාසි හඳුනා ගන්න. **(ලකුණු 15)**

02. කාර්ය බහුල ගෘහනියන් සඳහා ලංකාවේ ප්‍රසිද්ධ ආහාර සැකසුම් සමාගමක් අළුතින් දියර පොල්කිරි පැකැට්ටුවක් වෙළඳ පලට හඳුන්වා දීමට අදහස් කරයි. ඔබ වෙළඳ පල ගවේශණය කරමින් පාරිභෝගිකයින්ගේ අවධානය යොමු කර ඔවුන් එය මිලට ගැනීම සඳහා උනන්දුකරවා ගන්නේ කෙසේද යන්න පහදන්න. **(ලකුණු 20)**

03. AB 100 නැමැති ජංගම දුරකථන මාදිලිය එහි භාණ්ඩ ජීව චක්‍රයේ පරිහානි අවධියට පැමිණ සිටී. ඒ අනුව අලෙවි මිශ්‍රය වෙනස් විය යුතු ආකාරය සවිස්තරාත්මකව පහදන්න. **(ලකුණු 20)**

04. a අලෙවිකරුවෙකුට තම ඉලක්ක පාරිභෝගිකයින් වෙත භාණ්ඩ බෙදාහැරීම සඳහා ඇති බෙදාහැරීමේ මාර්ග (Channels of Distribution) මොනවාද? **(ලකුණු 10)**

b භාණ්ඩ බෙදාහැරීමේ කාර්ය සඳහා අතරමැදියන් යොදවා ගැනීමේ ඇති වාසි සහ අවාසි පාරිභෝගිකයාගේ පාර්ශවයෙන් හඳුනාගන්න. **(ලකුණු 10)**

05. ලංකාවේ එක් සබන් නිෂ්පාදන සමාගමක් බස්නාහිර පළාත සඳහා ආයුර්වේද සබන් කැටයක් නිපදවීමට අදහස් කරයි. එම සබන් කැටය සඳහා වන වෙළඳපල ශක්‍යතාවය දැන ගැනීමට එම සමාගමට අවශ්‍යව තිබේ. එම කාර්යය සඳහා ඔබව පත් කර සිටී. වෙළඳ පල පරියේෂණය පිළිබඳ දැනුම ආශ්‍රයෙන් ඔබ මෙම කුඩා පර්යේෂණය පවත්වන්නේ කෙසේද? **(ලකුණු 20)**

06. පහත සඳහන් පදවල සමාන අසමානතා හඳුනා ගන්න.
a භාන්ඩය සහ සන්නම (Product and Brand)
b සම්ප්‍රදායික වෙළඳපල සහ විද්‍යුත් වෙළඳපල (Conventional markets and E-markets)
c වුවමනා සහ අවශ්‍යතා (Needs and Wants)
d වෙළඳපල සාරය උරාබීමේ මිල ක්‍රමය සහ වෙළඳපල විනිවිදයාමේ මිල ක්‍රමය (Markets Skimming strategy and Market Penetration strategy) **(ලකුණු 20)**

- හිමිකම් ඇවිරිණි -

THE OPEN UNIVERSITY OF SRI LANKA
BACHELOR OF MANAGEMENT STUDIES DEGREE PROGRAMME- LEVEL 03
MCU 1203- MARKETING
FINAL EXAMINATION – 2016
DURATION: THREE (03) HOURS

Date: 09/07/2016 **Time: 9.30 a.m. to 12.30 p.m.**

Instructions:

Answer any FIVE (05) questions. All questions carry equal marks.

1. a. What is meant by market segmentation? (05 Marks)

   b. Identify the advantages and disadvantages of market segmentation. (15 Marks)

2. One of a leading food processing companies has decided to introduce a new packet of liquid coconut milk for the use of busy housewives. Explain how you explore the market, grab the attention of customers and motivate them to purchase your product. (20 Marks)

3. Mobile phone model of AB100 has reached at the decline phase of its product life cycle. Explain in detail how the Marking Mix needs to be adjusted accordingly. (20 Marks)

4. a. Explain using examples the channels available for a marketer to distribute his products to target customers? (10 Marks)

   b. Discuss from the point of view of final customers the advantages and disadvantages of employing intermediaries to handle distribution. (10 Marks)

5. One of a soap manufacturing company in Sri Lanka hopes to manufacture ayurvedic soap to the western province .The company wish to identify the potential of the market for this new soap. You have been appointed as a consultant on this exercise. Applying your knowledge of market research how you conduct a mini research for this marketing decision.

   (20 marks)

6. Identify the similarities and differences of the following
   a. Product and Brand
   b. Conventional markets and E- markets
   c. Needs and Wants
   d. Market Skimming strategy and Market Penetration strategy (20 Marks)

- Copy right reserved -

இலங்கை திறந்த பல்கலைக்கழகம்
முகாமைத்துவ பட்டப்படிப்பு நிகழ்ச்சித்திட்டம் - மட்டம் 03
MCU1203 சந்தைப்படுத்தல்
இறுதிப் பரீட்சை – 2016

காலம்: மூன்று (03) மணித்தியாலங்கள்

திகதி: 09.07.2016 நேரம்: 09.30 மு.ப. – 12.30 பி.ப

அறிவுறுத்தல்கள்: *எவையேனும் ஐந்து (05) வினாக்களுக்கு விடை எழுதுக. எல்லா வினாக்களும் சம புள்ளிகளைக் கொண்டுள்ளன.*

1. a. சந்தை துண்டமாக்கல் என்பது யாது? (05 புள்ளிகள்)
   b. சந்தை துண்டமாக்கலின் அனுகூலங்களையும், பிரதிகூலங்களையும் இனம் காண்க. (15 புள்ளிகள்)

2. பிரபல்யமான உணவு தயாரிக்கும் கம்பனியொன்று, ஓய்வில்லாத இல்லத்தரசிகளின் பாவனைக்காக புதிய தேங்காய் திரவ பால் பக்கட்டை அறிமுகப்படுத்த உத்தேசித்துள்ளது. இதற்கான சந்தையைக் கண்டறியவும், நுகர்வோர்களின் கவனத்தை ஈர்க்கவும், அவர்களை இவ் உற்பத்தி பொருளை கொள்வனவு செய்ய தூண்டவும் எவ்வாறு செயற்படுவீரென விளக்குக. (20 புள்ளிகள்)

3. கையடக்கத் தொலைபேசி AB100 மொடல், அதன் உற்பத்தி வாழ்க்கை வட்டத்தின் வீழ்ச்சிக் கட்டத்தை அடைந்துள்ளது. இதற்காக சந்தைக் கலவையை எவ்வாறு சீராக்க வேண்டுமென்பதை விரிவாக விளக்குக. (20 புள்ளிகள்)

4. a. சந்தையாளர் ஒருவருக்கு, அவரின் இலக்கு வாடிக்கையாளர்களுக்கு தமது உற்பத்திப் பொருட்களை விநியோகிக்க, அவருக்கு கிடைக்கக்கூடிய வழிகளை உதாரணங்களைக் கொண்டு விளக்குக. (10 புள்ளிகள்)

   b. இறுதி நுகர்வோர்களின் கண்ணோட்டத்தில், விநியோகத்தை கையாளுவதற்கு இடைத்தரகர்களை தொழிற்பட வைப்பதிலுள்ள அனுகூலங்களையும், பிரதிகூலங்களையும் ஆராய்க. (10 புள்ளிகள்)

5. இலங்கையிலுள்ள சவர்க்கார உற்பத்திக் கம்பனிகளிலொன்று, மேல் மாகாணத்திறக்காக ஆயுர்வேத சவர்க்காரத்தை உற்பத்தி செய்ய உத்தேசிக்கின்றது, இப் புதிய சவர்க்காரத்திற்கான சாத்தியமான சந்தையை இனம் காண இக் கம்பனி விரும்புகின்றது. இச் செயற்பாட்டின் ஆலோசகராக நியமிக்கப்பட்டுள்ளீர்கள். எனவே உங்களின் சந்தை ஆய்வு அறிவைக் கொண்டு இச் சந்தை தீர்மானத்திற்காக நுண் ஆய்வொன்றினை எவ்வாறு மேற்கொள்வீர்கள்? (20 புள்ளிகள்)

6. பின்வருபனவற்றின் ஒற்றுமைகளையும், வேற்றுமைகளையும் இனம் காண்க.

   a. உற்பத்திப் பொருளும், வணிக குறிப்பெயரும்
   b. மரபுவழி சந்தைகளும், மின்னியல் சந்தையும்
   c. தேவைகளும், விருப்புக்களும்
   d. சந்தை கடைதல் விலையிடல் உபாயமும் (Market Skimming strategy), சந்தை ஊடுருவல் உபாயமும்.

(20 புள்ளிகள்)

(பதிப்புரிமையுடையது)