ශ්‍රී ලංකා විවෘත විශ්වවිද්‍යාලය
ව්‍යවසායකත්වය හා කුඩා ව්‍යාපාර කළමනාකරණ වැඩසටහන
අවසාන පරීක්ෂණය – 2012
අලෙවිකරණයට හැඳින්වීමක් – MCC 1204
කාලය – පැය දෙක (02) යි.

දිනය : 2013.01.13	වේලාව : ප.ව. 1.30 සිට ප.ව. 3.30

1 ඕනෑම ප්‍රශ්න හතරකට (04) පමණක් පිළිතුරු සපයන්න.
2 සියළුම ප්‍රශ්නවලට එක හා සමාන ලකුණු ලැබේ.

1. අධ්‍යාපන ආයතනයක පාඨමාලා නව වෙළඳපලක් සඳහා ප්‍රවර්ධනය කිරීමේදී "ප්‍රවර්ධන මිශ්‍රය" සංකල්පය යොදා ගත හැකි වන්නේ කෙසේදැයි පැහැදිලි කරන්න.

2. යෝගට් නිෂ්පාදන ආයතනයක් උදාහරණ ලෙස ගෙන "වෙළඳපල බෙදීකරණය" සංකල්පය පැහැදිලි කරන්න.

3. කුඩා ව්‍යාපාරයකට අලෙවිකරණ පරිසර විශ්ලේෂණයේ ඇති වැදගත්කම පරිසරක මෘදුකාංග නිපදවන කුඩා ව්‍යාපාරයකට අදාළව පැහැදිලි කරන්න.

4. කුඩා ව්‍යාපාරයකට ප්‍රචාරණයේ ඇති වැදගත්කම පැහැදිලි කරන්න.

5. පහත දැක්වෙන සංකල්ප කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.

(i) ඉලක්ක වෙළඳපල

(ii) අවශ්‍යතා සහ ඉල්ලුම

(iii) විකුණුම් සහ අලෙවිකරණ සංකල්ප

(iv) ප්‍රවර්ධනය සහ ප්‍රචාරණය

(v) හරිත අලෙවිකරණය

– හිමිකම් ඇවිරිණි –

000

THE OPEN UNIVERSITY OF SRI LANKA
CERTIFICATE IN ENTREPRENEURSHIP AND SMALL BUSINESS MANAGEMENT
FINAL EXAMINATION - 2012
INTRODUCTION TO MARKETING-MCC 1204

DURATION: TWO (02) HOURS

DATE : 13.01.2013 **TIME : 1.30 p.m. - 3.30 p.m.**

ANSWER ANY FOUR (04) QUESTIONS
ALL QUESTIONS CARRY EQUAL MARKS.

1. Explain how the concept of promotions mix can be used by an Educational Institute to promote its courses to new markets.

2. Describe the concept of Segmentation by using an example of a yogurt company.

3. Explain the importance of analyzing marketing environment for a small software company.

4. Explain the importance of advertising for small businesses.

5. Briefly explain the following concepts

   a) Target market
   b) Wants and Demand
   c) Sales and Marketing concepts
   d) Promotion and Advertising
   e) Green Marketing

- **Copy Right Reserved** -

00100

இலங்கை திறந்த பல்கலைக்கழகம்
தொழிலுரிமைத்துவமும், சிறிய வியாபார முகாமைத்துவமும் நிகழ்ச்சித் திட்டம்
மட்டம் 02 - இறுதிப் பரீட்சை – 2012
சந்தைப்படுத்தலுக்கு அறிமுகம் - **MCC 1204**
காலம்: இரண்டு (02) மணித்தியாலங்கள்

திகதி: 13.01.2013 நேரம்: 01.30 பி.ப – 03.30 பி.ப

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

01. கல்வி நிறுவனமொன்றினால் அதன் கல்வி நெறிகளைப் புதிய சந்தைகளுக்கு அறிமுகப்படுத்த எவ்வாறு மேம்படுத்தல்கள் கலவைக் (promotions mix) கோட்பாட்டினைப் பயன்படுத்தலாம் என்பதனை விளக்குக.

02. யோகட் கம்பனியொன்றினை உதாரணமாகக் கொண்டு பகுதியாக்கல் (துண்டாக்கல்) கோட்பாட்டினை விபரிக்குக.

03. சிறிய மென்பொருள் கம்பனியொன்றிக்காக சந்தைப்படுத்தல் சூழலினைப் பகுப்பாய்வு செய்வதன் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக..

04. சிறிய வியாபாரத்திற்காக விளம்பரப்படுத்தலின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக.

05. பின்வரும் கோட்பாடுகளைச் சுருக்கமாக விளக்குக.

a. இலக்குச் சந்தை
b. தேவைகள், விருப்புக்கள், கேள்வி
c. விற்பனைகளும், சந்தைப்படுத்தல் கோட்பாடும்
d. மேம்படுத்தலும், விளம்பரப்படுத்தலும்
e. பச்சை சந்தைப்படுத்தல் (Green Marketing)

(பதிப்புரிமையுடையது)