00080

ශ්‍රී ලංකා විවෘත විශ්වවිද්‍යාලය
ව්‍යවසායකත්වය හා කුඩා ව්‍යාපාර කළමනාකරණ වැඩසටහන
අවසාන පරීක්ෂණය – **2013**
අලෙවිකරණයට හැඳින්වීමක් – **MCC 1204**
කාලය – පැය දෙක **(02)** යි.

දිනය : **2013.12.01**	වේලාව : ප. ව. **1.30** සිට ප. ව. **3.30**

උපදෙස් :-

- ඕනෑම ප්‍රශ්න හතර **(04)** කට පමණක් පිළිතුරු සපයන්න.
- සියළුම ප්‍රශ්නවලට එක හා සමාන ලකුණු ලැබේ.

1. කුඩා ව්‍යාපාර සඳහා අලෙවිකරණ මිශ්‍රයේ විචල්‍යයන් සමබරව යොදාගැනීමේ වැදගත්කම උදාහරණ සමඟ පැහැදිලි කරන්න.

2. "පාරිභෝගිකයන් තෘප්තිමත් කිරීමේදී වෙළඳපල ඛණ්ඩනය වැදගත් වේ." මෙම ප්‍රකාශය බැංකු අංශයේ උදාහරණ ඇසුරින් පැහැදිලි කරන්න.

3. කුඩා ව්‍යාපාරයක පර්යේෂණ කළමනාකරු ලෙස ඔබට පත්වීමක් ලැබී ඇතැයි උපකල්පනය කරන්න. ව්‍යාපාරයේ සාර්ථකත්වයට අලෙවිකරණ පර්යේෂණයක වැදගත්කම උදාහරණ සමඟ පහදන්න.

4. "පාරිභෝගිකයා තෘප්තිමත් කිරීමේ උපක්‍රමයක් ලෙස ප්‍රවර්ධන මිශ්‍රයේ සාර්ථකත්වය රඳා පවතින්නේ එහි සියලු විචල්‍යයන් එකවර යොදා ගැනීමෙනි." මෙම ප්‍රකාශය සමඟ ඔබ එකඟ වන්නේද? පැහැදිලි කරන්න.

5. පහත දැක්වෙන සංකල්ප පැහැදිලි කරන්න.
   (i) අවශ්‍යතා සහ උවමනාවන්
   (ii) භාණ්ඩ ජීවන චක්‍රය
   (iii) අලෙවි ප්‍රවර්ධනය
   (iv) සත්නම් නාමය
   (v) ස්ථානගත කිරීම

– හිමිකම් ඇවිරිණි –

THE OPEN UNIVERSITY OF SRI LANKA
CERTIFICATE IN ENTREPRENEURSHIP AND SMALL BUSINESS MANAGEMENT PROGRAMME
LEVEL 02 - FINAL EXAMINATION- 2013
INTRODUCTION TO MARKETING - MCC 1204
DURATION – TWO (02) HOURS

DATE : 01.12.2013 **TIME : 1.30 p.m. - 3.30 p.m.**

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

1. Explain the importance of maintaining a balance among the marketing mix variables for a small business. Use examples.

2. "Segmentation is important for ensuring customer satisfaction". Clarify this statement with examples from the banking sector.

3. Assume that you have been appointed as a research manager of a small business. Explain the importance of marketing research for the success of an organization. Discuss using examples..

4. "The success of the promotion. mix as a tool of ensuring customer satisfaction will result from using all its variables together". Do you agree with this statement? Explain.

5. Explain the following concepts.

   (i) Needs and Wants
   (ii) Product Life Cycle (PLC)
   (iii) Sales Promotion
   (iv) Branding
   (v) Positioning

- **Copy Right Reserved** -

இலங்கை திறந்த பல்கலைக்கழகம்
தொழிலுரிமைத்துவமும், சிறிய வியாபார முகாமைத்துவமும்
நிகழ்ச்சித் திட்டம்
மட்டம் - 02 - இறுதிப் பரீட்சை – 2013
சந்தைப்படுத்தல் அறிமுகம் - **MCC** 1204
காலம்: இரண்டு (02) மணித்தியாலங்கள்

திகதி: 01.12.2013 நேரம்: 01.30 பி.ப. – 03.30 பி.ப.

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

01. சிறிய வியாபாரத்திற்கான சந்தைப்படுத்தல் கலவைகளிடையே சமநிலையினைப் பேணுவதின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக. உதாரணங்களைப் பயன்படுத்துக.

02. "வாடிக்கையாளர் திருப்தியினை உறுதி செய்வதற்கு பிரிவாக்கல் (segmentation) முக்கியமானது." வங்கித் துறையிலிருந்து உதாரணங்களைக் கொண்டு இக் கூற்றினை ஆராய்க.

03. சிறிய வியாபாரமொன்றின் ஆராய்ச்சி முகாமையாளராக உம்மை நியமிக்கப்பட்டுள்ளதாகக் கருதவும். நிறுவனமொன்றின் வெற்றிக்காக சந்தை ஆராய்ச்சியின் முக்கியத்துவத்தைப் பற்றி விளக்குக. உதாரணங்களைக் கொண்டு ஆராய்க.

04. "வாடிக்கையாளர் திருப்தியினை உறுதி செய்யும் கருவியான சந்தை மேம்படுத்தல் கலவையின் வெற்றி, அதன் சகல மாறிகளையும் ஒன்றாகப் பயன்படுத்தலின் விளைவிலுள்ளது." இக் கூற்றுடன் உடன்படுகின்றீரா? விளக்குக.

05. பின்வரும் கோட்பாடுகளை விளக்குக.

i. தேவைகளும், விருப்புக்களும்
ii. உற்பத்திப் பொருள் வாழ்க்கை வட்டம் (PLC)
iii. விற்பனைகளை மேம்படுத்தல்
iv. வாணிகச் சின்னம் பொறித்தல்
v. நிலை நிறுத்தல் (Positioning)

(பதிப்புரிமையுடையது)