

පාඨමාලා කේතය	:	BCOM E2015
විෂයය	:	අලෙවි කළමනාකරණය
වර්ගය	:	හර
අරමුණ	:	මෙම පාඨමාලා ඒකකය මගින් සිසුන්ට අලෙවි කළමනාකරණයේ මූලිකාංග, අලෙවි මිශ්‍රය, පාරිභෝගික හැසිරීමට අදාළ සංකල්පයන් සහ අලෙවිකරණ සැලැස්ම පිළියෙල කිරීමට අදාළ දැනුම ලබාදීම අරමුණු කරගෙන තිබේ.
අධ්‍යයන ප්‍රතිඵලය	:	<p>මෙම පාඨමාලා ඒකකය අවසානයේ සිසුන්ට පහත ප්‍රතිඵල ලබාගැනීමට හැකියාව ලැබේ.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• අලෙවිකරණය සහ එහි මූලික සංකල්පයන් නිර්වචනය කිරීම.</li> <li>• වටිනාකම් ප්‍රස්තුතය විස්තර කිරීම.</li> <li>• වෙළඳපොළ බණ්ඩනය, ඉලක්කගත කිරීම සහ ස්ථානගත කිරීම යන සංකල්ප පැහැදිලි කිරීම.</li> <li>• අලෙවි මිශ්‍රයට අදාළ අංග විස්තර කිරීම.</li> <li>• පාරිභෝගික හැසිරීමට අදාළ සංකල්පයන් පැහැදිලි කිරීම.</li> <li>• අලෙවිකරණ සැලැස්ම පිළියෙල කිරීම.</li> </ul>
පාඨමාලා අන්තර්ගතය	:	අලෙවිකරණය හැඳින්වීම. අලෙවිකරණයේ මූලික සංකල්ප. අලෙවිකරණ අනුගතකිරීම. පාරිභෝගික වටිනාකම් දර්ශවාදය. වටිනාකම් දාම විශ්ලේෂණය. අලෙවිකරණ පරිසරය. අලෙවිකරණ තොරතුරු පද්ධතිය. අලෙවිකරණ පර්යේෂණ. වෙළඳපොළ බණ්ඩනය. ඉලක්කගත කිරීම සහ ස්ථානගත කිරීම. නිෂ්පාදනය. සේවා අලෙවිකරණය. මිල උපායමාර්ග. බෙදාහැරීම. අලෙවිකරණ සන්නිවේදනය. පාරිභෝගික හැසිරීමේ මූලිකාංග. අලෙවිකරණ උපක්‍රම සහ අලෙවිකරණ සැලැස්ම.
ඉගෙනුම් හා ඉගැන්වීමේ ක්‍රම	:	සම්මන්ත්‍රණ සහ ස්වයං අධ්‍යයන
ඇගයුම් පරිපාටිය	:	වසර අවසාන පරීක්ෂණ
නිර්දේශිත කියවීම්	:	<p>Kotler, P, &amp; Keller K. L. (2006). <i>Marketing Management</i>. 12<sup>th</sup> ed., Prentice Hall.</p> <p>Kotler, P &amp; Armstrong G. (2007). <i>Framework for Marketing Management</i>. 3<sup>rd</sup> ed. Prentice Hall.</p> <p>Armstrong G. (2007). <i>Principles of Marketing</i>. 12<sup>th</sup> ed. Prentice Hall.</p> <p>Kotler P. (2002). <i>Marketing Management</i>. 11<sup>th</sup> ed., Prentice Hall.</p> <p>Wilson Richard, M.S. and Gilligon C. (2005), <i>Strategic Marketing Management: Planning, Implementation and Control</i>. 3<sup>rd</sup> ed., Prentice Hall.</p>