

සංකේතය:

BMGT E2015

විෂයය:

අලෙවි කළමනාකරණය

අරමුණ:

සාර්ථක අලෙවි උපායන සඳහා පූර්ණ කැපවීම ලබාගැනීමට අලෙවි කළමනාකරණ සම්බන්ධ ශිෂ්‍යයින්ගේ දැනුම, කුසලතා, ආකල්ප දියුණු කිරීම.

ඉගෙනුම් ඵල:

අලෙවිකරණ අභිමුඛ වූ ව්‍යාපාර ක්‍රමවේදයන්ගේ වැදගත්කම හඳුනා ගැනීම.

අලෙවිකරණ මිශ්‍රණය තුළ ඇති විවිධ උපාය මාර්ග විස්තර කිරීම.

විවිධ අවස්ථාවන්ට ගැලපෙන අලෙවිකරණ මිශ්‍රණය සහ(සමස්ත) අලෙවිකරණ උපාය මාර්ගය යෝජනා කිරීම

අන්තර්ගතය:

අලෙවිකරණය හැදින්වීම-අලෙවිකරණයේ විෂයය පථය, අලෙවිකරණයේ ආරම්භය සහ වර්ධනය, ප්‍රධාන අලෙවිකරණ සංකල්ප, අලෙවිකරණ අවස්ථා විශ්ලේෂණය-උපායශීලී සැලසුම්කරණය (ආයතන සහ උප ඒකක උපායශීලී සැලසුම්කරණය, උපායශීලී අලෙවිකරණ විශ්ලේෂණය, අලෙවිකරණ උපායමාර්ග නිර්මාණය කිරීම) අලෙවිකරණ තොරතුරු පද්ධතිය (අලෙවිකරණ පරිසරය-සාර්ව හා සුක්ෂම පරිසරයන්හි ප්‍රවණතාවන්) පාරිභෝගික වෙළඳපොළ හා ගැනුම්කරු වර්ගව පිළිබඳව අවබෝධ කරගැනීම* පාරිභෝගික වර්ගව පිළිබඳ ආකෘතිය, පාරිභෝගික වර්ගවට බලපාන සාධක, ගැනුම්කරු තීරණ ක්‍රියාවලිය, ව්‍යාපාරික වෙළඳපොළ සහ ව්‍යාපාරික මිලදී ගැනීමේ වර්ගව අවබෝධ කර ගැනීම සංවිධාන විසින් මිලදී ගැනීමේ ස්වාභාවය, මිලදී ගැනීමේ තීරණ කෙරෙහි බලපාන ප්‍රධාන බලවේග, මිලදී ගැනීමේ ක්‍රියාවලියේ අදියර, වෙළඳපළ බණ්ඩනය සහ ඉලක්ක වෙළඳපළ තෝරා ගැනීම වෙළඳපළ බණ්ඩන මට්ටම, පාරිභෝගික සහ ව්‍යාපාරික වෙළඳපළ බණ්ඩනයේ පදනම්, වෙළඳපළ ඉලක්කකරණය, වෙළඳපළ බණ්ඩ විශ්ලේෂණය සහ තෝරා ගැනීම, පිහිටිකරණ මිශ්‍රණ නිෂ්පාදිත උපක්‍රමය නිෂ්පාදිත මට්ටම්, නිෂ්පාදිත වර්ගීකරණය, නිෂ්පාදිත දිගු තීරණ, සන්නම් තීරණ, ඇසුරුම්කරණය සහ ලේබල්කරණය, නව නිෂ්පාදිත සංවර්ධනය, නිෂ්පාදිත ජීවන චක්‍රය, බෙදාහැරීමේ උපක්‍රමය බෙදාහැරීමේ මාර්ගවල කාර්යභාරය, බෙදාහැරීමේ මාර්ග නිර්මාණය සහ කළමනාකරණ තීරණ, සිල්ලර සහ තොග වෙළඳාම් ක්‍රම, සිල්ලර සහ තොග වෙළඳාමට අදාළ අලෙවිකරණ තීරණ, සිල්ලර සහ තොග වෙළඳාමේ ප්‍රවණතා, භෞතිකමය බෙදාහැරීම, මිලනය උපක්‍රම මිලනය අරමුණු තෝරා ගැනීමට ඉල්ලුම් තීරණය කිරීම, පිරිවැය ඇස්තමේන්තු කිරීම, තරගකරුවන්ගේ පිරිවැය, මිල අදායම් පිළිබඳ විශ්ලේෂණය, මිලනය ක්‍රමයක් තෝරා ගැනීම, අවසන් මිල තෝරා ගැනීම, සන්නිවේදන උපක්‍රමය සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය, ඵලදායී සන්නිවේදන ක්‍රමයක් වර්ධනය කිරීමේ පියවර, ප්‍රවර්ධනාත්මක මෙවලම් අලෙවිකරණ සන්නිවේදනය සඳහා අදාළ වන සාධක, සමස්ත අලෙවිකරණ ප්‍රයත්නය කළමනාකරණය කිරීම- අලෙවිකරණ සංවිධානය, අලෙවිකරණ ක්‍රියාත්මක කිරීම, විශ්ලේෂණය සහ පාලනය

ඉගෙනුම් සහ ඉගැන්වීමේ ක්‍රම: දේශන සහ සම්මන්ත්‍රණ

ඇගයීමේ ක්‍රමය : පැවරුම් සහ වර්ෂ අවසාන පරීක්ෂණය

නිර්දේශිත ග්‍රන්ථ:

J. Paul peter, James H. Donnelly, 92006). *A Preface To Marketing*

Management. Donnelly. McGraw. Hill Collage.

Kotler, P. Keller, K. (2011). *Marketing Management*. (14th ed.) Prentice

Hall.

Kotler, P. Keller, K. (2011). *Marketing Management*. (11th ed.) Prentice Hall