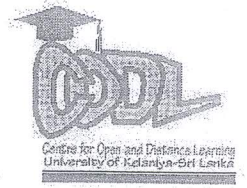




කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය-ශ්‍රී ලංකාව



විවෘත සහ දුරස්ථ අධ්‍යයන කේන්ද්‍රය

වෘත්තීය හා කළමනාකරණ අධ්‍යයන පීඨය
ව්‍යාපාර කළමනාකරණවේදී (සාමාන්‍ය) උපාධි

දෙවන පරීක්ෂණය (බාහිර) - 2008

BMGT E 2015/ BMGT 23015 - අලෙවි කළමනාකරණය

ප්‍රශ්න සංඛ්‍යාව : 07

කාලය : පැය 03 යි

මිනුම් ප්‍රශ්න පහකට (05) කට පිළිතුරු සපයන්න

- (1) (1) “අලෙවිකරණය” යන පදය නිර්වචනය කරන්න. (ලකුණු 05)
- (11) අලෙවිකරණයේදී වැදගත්වන “හුවමාරුව” “නෘප්තිමත්ඛව” සහ “වටිනාකම” යන සංකල්ප සුදුසු උදාහරණ භාවිතා කරමින් විස්තර කරන්න. (ලකුණු 15)
(මුළු ලකුණු 20)
- (2) (1) සුදුසු උදාහරණ භාවිතා කරමින් සමාජීය අලෙවිකරණ (concept of ‘social marketing’) සංකල්පය පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 10)
- (11) වාණිජ භාණ්ඩයක් හා සේවාවක් අලෙවිකරණයේදී සමාජීය අලෙවිකරණ සංකල්පය භාවිතයේ ඇති සමානකම් සහ වෙනස්කම් දක්වන්න. (ලකුණු 10)
(මුළු ලකුණු 20)
- (3) (1) "වෙළඳපල බණ්ඩනය" නිර්වචනය කරන්න. වෙළඳපල බණ්ඩනයේදී උපයෝගී කරගන්නා ජන විද්‍යාත්මක, මනෝ රුපික සහ වර්ධනමය පදනම් කෙටියෙන් විස්තර කරන්න.
- (11) ඉහතදී විස්තර කරන ලද එකිනෙක පදනම් “කාර් රථ සඳහා වූ වෙළඳපල” බණ්ඩනය සඳහා කෙසේ උපයෝගී කරගත හැකිද යන්න විස්තර කරන්න. (ලකුණු 10)
(මුළු ලකුණු 20)
- (4) (1) ගැනුම්කරුගේ මිලදීගැනීම් තීරණයට බලපාන පුද්ගලික ලක්ෂණ හඳුනාගන්න. එවා විස්තර කරන්න. (ලකුණු 10)
- (11) පුද්ගලික ලක්ෂණ අලෙවිකරණ මිශ්‍රණය නිර්මාණය කිරීමේදී සැලකිල්ලට ගැනීමට උත්සාහ දැරීමේදී අලෙවිකරුවාට මුහුණදීමට සිදුවන ගැටලු මොනවාද ? විස්තර කරන්න. (ලකුණු 10)
(මුළු ලකුණු 20)

- (5) (1) පහත සඳහන් ආකෘතින් දෙකක් (2) කෙටියෙන් විස්තර කරන්න.
 (අ) ඇන්සෝෆ් න්‍යාසය (Ansoff Matrix)
 (ආ) AIDA ආකෘතිය (AIDA Model)
 (ඇ) BCG න්‍යාසය (BCG Matrix)

(ලකුණු 10)

- (11) එකම භාණ්ඩය සඳහා විවිධ පාරිභෝගිකයින් අතර විවිධ රුචිකත්වයන් පවතින අතර ඔවුන් විවිධ මිල ගණන් ගෙවීමටද සූදානම්ය. නමුත් බොහෝ සමාගම් තවමත් එක් මිලක් බොහෝ භාණ්ඩ හා සේවා සඳහා භාවිතා කරයි. ඒ ඇයි? විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 10)

(මුළු ලකුණු 20)

- (6) (1) “ප්‍රවර්ධන අය-වැය” යන පදය නිර්වචනය කරන්න.

(ලකුණු 10)

- (11) “ප්‍රවර්ධන අය-වැය” සැකසීමේදී භාවිතා කරන විවිධ ක්‍රම විස්තර කර එකිනෙක ක්‍රමයේ ශක්තීන් හා දුර්වලතා සාකච්ඡා කරන්න.

(ලකුණු 10)

(මුළු ලකුණු 20)

- (7) තව සන්නමක් යටතේ MP3 යන්ත්‍රයක් වෙළඳපලට හඳුන්වා දීමට යන ආයතනයක අලෙවි කළමනාකරුවා ඔබ යැයි සිතන්න. මෙය මෙම වෙළඳපලට මෙවැනි යන්ත්‍රයක් හඳුන්වා දෙන මුල් අවස්ථාව වේ. සෘජු තරගකරුවන් වෙළඳපල තුළ නැත. නමුත් CD යන්ත්‍ර අලෙවිකරුවන් වෙළඳපල තුළ සිටී.

මෙම භාණ්ඩය වෙළඳපලට හඳුන්වා දීමේදී ඔබ විසින් යොදාගන්නා ප්‍රවර්ධන මිශ්‍රණයේ සංරචක හඳුනාගන්න. එම එකිනෙක සංරචක යොදාගැනීමට හේතු දක්වන්න.

(මුළු ලකුණු 20)