



කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය - සමාජීය විද්‍යා පීඨය
 ශාස්ත්‍රවේදී (සාමාන්‍ය) උපාධි දෙවන වසර
 2016/2017 අධ්‍යයන වර්ෂය - දෙවන අර්ධ වාර්ෂික පරීක්ෂණය
 (2019 ජනවාරි)

ක්‍රීඩා සහ විශ්‍රාන්ති කළමනාකරණය
 SRMG 22225: ක්‍රීඩා විශ්‍රාන්තිය තුළ උපායශීලී අලෙවිකරණය
 ප්‍රශ්න හතරකට (04) පමණක් පිළිතුරු සපයන්න.

ප්‍රශ්න සංඛ්‍යාව : 07 යි.

කාලය : පැය 03යි.

01. ක්‍රීඩා හා විශ්‍රාන්ති වෙළඳපොළ තුළදී අලෙවිකරණයේ ඇති සුවිශේෂී අදාලත්වය පැහැදිලි කරන්න.
 (ලකුණු 25)
02. අලෙවිකරණ පර්යේෂණ, දත්ත ගොනු මූලික (Data Base Marketing) අලෙවිකරණයේ දී දායකවන්නේ කෙසේ ද යන්න පැහැදිලි කරන්න.
 (ලකුණු 25)
03. ක්‍රීඩා හා විශ්‍රාන්ති කටයුත්තක් ප්‍රවර්ධනය කිරීම සඳහා ප්‍රවර්ධන මිශ්‍රය (Promotion Mix) සඵලදායීව යොදාගත හැකි ආකාරය පැහැදිලි කරන්න.
 (ලකුණු 25)
04. "වෙළඳපොළ කාණ්ඩ ගත නොකොට (Market Segmentation) අලෙවිකරණ උපක්‍රම සැකසීමේ දී ඇතිවිය හැකි අභියෝග මොනවාද යන්න පැහැදිලි කරන්න.
 (ලකුණු 25)
05. කාර්යක්ෂම අලෙවිකරණ අනුගත කිරීමකට (Market Orientation) දියුණු වෙළඳපොළක් පැවතිය යුතුය" ඉහත ප්‍රකාශය හා ඔබ එකඟවන්නේද? හේතු දක්වන්න.
 (ලකුණු 25)

06. “වර්තමානය වනවිට සෑම ව්‍යාපාරික ආයතනයකටම තරඟකාරිත්වයට මුහුණදීමට සිදුව ඇත.”
මෙම තරඟකාරිත්වය සඳහා බලපෑම් කරන මූලික තරඟකාරි බලපෑම් පිළිබඳව මයිකල් පෝටර්ගේ
(Michael Porter - 1983) අදහස් දක්වන්න. (ලකුණු 25)

07. කෙටි සටහන් ලියන්න.

- I. නිමැයුම (Product)
 - II. මිල (Price)
 - III. අලෙවිකරණ පර්යේෂණ (Marketing Research)
 - IV. අලෙවිකරණ තොරතුරු පද්ධතිය (Marketing Information System)
- (අලෙවිකරණ මිශ්‍රයට (Marketing Mix) අදාළව)
- (ලකුණු 25)