



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

ක්‍රීඩා සහ විශ්‍රාන්ති කළමනාකරණය
SRMG 22494: ක්‍රීඩා විශ්‍රාන්තිය තුළ අලෙවි කළමනාකරණය
ප්‍රශ්න හතරකට (04) පමණක් පිළිතුරු සපයන්න.

ප්‍රශ්න සංඛ්‍යාව : 07 යි.

කාලය : පැය 03 යි.

1. "ක්‍රීඩා හා විශ්‍රාන්ති කළමනාකරණ විෂය ක්ෂේත්‍රයේදී අලෙවිකරණය ප්‍රායෝගික හා ශ්‍රාස්ත්‍රීය සුවිශේෂී බවක් උසුලයි" මෙම ප්‍රකාශය සාකච්ඡා කරන්න.
2. යම් රටක ක්‍රීඩා භාණ්ඩ/සේවා අලෙවිකරණ ප්‍රවර්ධනයෙහිලා අලෙවිකරණ මිශ්‍රය (Marketing Mix) ඉවහල් කර ගත හැකි ආකාරය පිළිබඳව නිදසුන් සහිතව පැහැදිලි කරන්න.
3. ක්‍රීඩා භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදකයෙකුට වෙළඳපොළ වර්ගීකරණය (Market Segmentation) වැදගත්වන ආකාරයත්, එහිදී අනුගමනය කළ යුතු මූලික පියවර මොනවාද යන්නත් නිදසුන් සහිතව පැහැදිලි කරන්න.
4. ක්‍රීඩා භාණ්ඩ හා සේවා අලෙවිකරණයේදී හඳුනාගැනෙන භාණ්ඩ හා සේවා, වෙළඳපොළෙහි දක්නට ලැබෙන සෙසු භාණ්ඩ හා සේවාවන්ගෙන් වෙනස් වන්නේ කෙසේදැයි නිදසුන් සහිතව පැහැදිලි කරන්න.
5. "ක්‍රීඩා භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදන ප්‍රවර්ධනය (Promotion) යනු සජීව හා චක්‍රීය (Cyclical) අලෙවිකරණ ව්‍යාපෘතියකි." ක්‍රීඩා භාණ්ඩ හා සේවා අලෙවිකරණයේ විශේෂතා ඇසුරෙන් සාකච්ඡා කරන්න.

6. “ක්‍රීඩාවේ උපායශීලී අලෙවිකරණයේ (Strategic Sport Marketing) උන්නතිය සඳහා, අනුග්‍රාහකත්ව (Sponsorship) සංකල්පය වැදගත් වේ.” ක්‍රීඩා වැඩසටහන් සඳහා යම් ආයතනයක අනුග්‍රාහකත්වය ලබා ගැනීමේදී සැලකිලිමත් විය යුතු කරුණු මොනවාදැයි පහදන්න.

7. “වෙළඳපල පර්යේෂණ (Market Research) හා එහි ප්‍රතිඵල, උපක්‍රමික අලෙවිකරණයේ (Strategic Sport Marketing) කාර්යක්ෂමතාව තීරණය කරයි.” මෙම ප්‍රකාශය පිළිබඳව ඔබේ අදහස් දක්වන්න.