

UNIVERSITY OF RUHUNA

BACHELOR OF SCIENCE GENERAL DEGREE LEVEL III (SEMESTER II) EXAMINATIONS

NOVEMBER/DECEMBER 2016

SUBJECT: Marketing Management

COURSE UNIT: FSC 3212

Time: Two (02) Hours

Answer All Questions in Part I and Two Questions in Part II and III.

Part I

Briefly explain the following concepts.

- (i) Marketing Concept
- (ii) Customer Needs and Wants
- (iii) Customer Satisfaction
- (iv) Marketing Mix

(20 Marks)

Part II

- (i) Name the Micro environmental factors and explain how two of them can be used for the success of the marketing process.
- (ii) Assume you need to purchase a Laptop for your studies. Explain your approach for your decision by applying the buyer decision process.
- (iii) Explain the concept of market segmentation referring to the newspaper market in Sri Lanka.

(20 Marks)

Part III

Explain the differences between the following pairs of concepts.

- (i) Target Market and Mass Market
- (ii) Shopping Products and Unsought Products
- (iii) Retailing and Wholesaling
- (iv) Cost based Pricing and Value based Pricing
- (v) Advertising and Sales Promotions

(20 Marks)

(Total Marks - 60)

රුහුණ විශ්වවිද්‍යාලය

විද්‍යාවේදී (සාමාන්‍ය) උපාධි තෙවන ස්ථල (දෙවන සමාසික) පරීක්ෂණය - නොවැම්බර්/දෙසැම්බර් 2016

විෂයය: අලෙවි කළමනාකරණය

පාඨමාලා ඒකකය: FSC 3212

කාලය: පැය දෙකයි

පළමු ප්‍රශ්ණයේ සියළුම කොටස් සඳහා ද දෙවන සහ තෙවන ප්‍රශ්ණ වලින් කොටස් දෙකකට බැගින්ද පිළිතුරු සපයන්න.

I කොටස

පහත දැක්වෙන සංකල්ප කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.

- (i) අලෙවිකරණ සංකල්පය
- (ii) පාරිභෝගික අවශ්‍යතා සහ වුවමනා
- (iii) පාරිභෝගික තෘප්තිය
- (iv) අලෙවි මිශ්‍රය

(ලකුණු 20)

II කොටස

- (i) ආයතනයක සුක්ෂම පාරිසරික සාධක නම්කර ඉන් සාධක දෙකක් අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලියේ සාර්ථකත්වය පිණිස යොදාගත හැකි අයුරු පැහැදිලි කරන්න.
- (ii) ඔබගේ අධ්‍යාපනික කටයුතු සඳහා ලැප්ටොප් පරිඝනකයක් මිලදී ගැනීමට අවශ්‍ය යැයි උපකල්පනය කරන්න. පාරිභෝගික මිලදී ගැනීමේ ක්‍රියාවලිය ආදේශ කරගනිමින් එම මිලදී ගැනීමේ තීරණය සඳහා ඔබගේ ප්‍රවේශය පැහැදිලි කරන්න.
- (iii) ශ්‍රී ලංකාවේ පුවත්පත් වෙළෙඳපල ඇසුරෙන් වෙළෙඳපල බණ්ඩනය සංකල්පය පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 20)

III කොටස

පහත දැක්වෙන සංකල්ප යුගලයන් හි වෙනස්කම් පැහැදිලි කරන්න.

- (i) ඉලක්ක වෙළෙඳපල සහ සමස්ථ වෙළෙඳපල
- (ii) සාප්පු භාණ්ඩ සහ නොසෙවූ භාණ්ඩ
- (iii) සිල්ලර වෙළෙඳාම සහ තොග වෙළෙඳාම
- (iv) පිරිවැය මත මිලකරණය සහ වටිනාකම මත මිලකරණය
- (v) ප්‍රචාරණය සහ විකුණුම් ප්‍රවර්ධනය

(ලකුණු - 20)

(මුළු ලකුණු - 60)