

**SULIT**



**BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN  
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK  
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI**

**JABATAN PERDAGANGAN**

**PEPERIKSAAN AKHIR**

**SESI JUN 2016**

**DPM5013 : MARKETING CHANNEL**

**TARIKH : 05 NOVEMBER 2016**

**MASA : 8.30 AM – 10.30 AM (2 JAM)**

---

Kertas ini mengandungi **LIMA (5)** halaman bercetak.

Struktur (4 Soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan: Tiada

---

**JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN**

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

**SULIT**

**INSTRUCTION:**

This section consists of **FOUR (4)** structure questions. Answer **ALL** the questions.

**ARAHAN:**

*Bahagian ini mengandungi EMPAT (4) soalan berstruktur. Jawab SEMUA soalan.*

**QUESTION 1****SOALAN 1**

- CLO1  
C2
- (a) Explain the number of intermediaries at each level of distribution channels  
*Terangkan bilangan perantara bagi setiap peringkat saluran agihan.*
- [10 marks]  
[10 markah]
- CLO1  
C3
- (b) The channel support strategy provides a structure for managing and measuring the performance of your channel members. Describe **FIVE (5)** functions of supporting agencies and give an appropriate example.  
*Strategi sokongan saluran agihan menyediakan struktur untuk mengurus dan mengukur prestasi ahli saluran agihan. Jelaskan LIMA (5) fungsi agensi-agensi sokongan saluran agihan dan berikan contoh yang bersesuaian.*
- [15 marks]  
[15 markah]

## QUESTION 2

## SOALAN 2

CLO1  
C1

- (a) Marketing logistics involves planning the infrastructure to meet demand, then implementing and controlling the physical flows of materials and final goods from points of origin to points of use, to meet customer with the requirements at profits.

Describe **FIVE (5)** components of the logistics system.

*Logistik pemasaran melibatkan perancangan infrastruktur untuk memenuhi permintaan, melaksana dan mengawal aliran fizikal bahan dan barangan akhir dari titik asal ke titik penggunaan, untuk memenuhi keperluan pelanggan bagi mencapai keuntungan.*

*Jelaskan LIMA (5) komponen sistem logistik.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO1  
C3

- (b) Vertical marketing systems comprise of the producer, wholesaler(s), and retailer(s) acting as a unified system. Describe the types of vertical marketing systems given with relevant example.

*Sistem pemasaran menegak terdiri daripada pengeluar, pemborong dan peruncit yang bertindak sebagai satu sistem yang bersatu. Jelaskan jenis sistem pemasaran menegak beserta contoh yang berkaitan.*

- i. Corporate marketing systems  
*Sistem pemasaran korporat*
- ii. Contractual marketing systems  
*Sistem pemasaran kontrak*
- iii. Administered marketing systems  
*Sistem pemasaran ditadbir*

[15 marks]

[15 markah]

## QUESTION 3

## SOALAN 3

CLO2  
C1

- (a) Define partnership as a part of approach to motivate channel members with an appropriate example.

*Takrifkan perkongsian sebagai sebahagian daripada pendekatan untuk memberi motivasi kepada ahli-ahli saluran dengan contoh yang bersesuaian.*

[5 marks]

[5 markah]

CLO2  
C2

- (b) Explain the sales quota attainment which is one of the criteria to evaluate the performance of channel members.

*Terangkan pencapaian kuota jualan iaitu salah satu kriteria untuk menilai prestasi ahli saluran.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO2  
C3

- (c) The channel conflict can lower morale within the channel and cause some partners against each other. To prevent channel conflict, partners sometimes enact agreements such as deal registration. Based on this statement, describe the **FIVE (5)** sources of conflict.

*Konflik saluran boleh menurunkan semangat dalam saluran dan menyebabkan beberapa rakan kongsi bergaduh antara satu sama lain. Untuk mengelakkan konflik saluran, rakan perniagaan perlu menggubal perjanjian seperti perjanjian pendaftaran. Berdasarkan kenyataan ini, Jelaskan LIMA (5) sumber konflik.*

[10 marks]

[10 markah]

## QUESTION 4

## SOALAN 4

CLO3  
C1

- (a) With appropriate example, relate how the economic environmental factors as listed below affect marketing channels:

*Beserta dengan contoh yang sesuai, kaitkan bagaimana faktor persekitaran ekonomi seperti tersenarai di bawah mempengaruhi saluran pemasaran:*

- i) Unemployment rate  
*Kadar pengangguran*
- ii) Recession  
*Kemelesetan*
- iii) Inflation  
*Inflasi*

[15 marks]

[15 markah]

CLO3  
C2

- (b) The first step in the process of designing marketing channel is analyzing the service output levels desired by customers. Explain **FIVE (5)** elements of service output levels desired by customers.

*Langkah pertama dalam proses merekabentuk saluran pemasaran adalah analisa tahap output servis yang diinginkan oleh pelanggan. Terangkan LIMA (5) elemen tahap output servis yang diinginkan oleh pelanggan.*

[10 marks]

[10 markah]

SOALAN TAMAT