

SULIT



BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR
SESI DISEMBER 2015

PM 602: MARKETING MANAGEMENT

TARIKH : 11 APRIL 2016
MASA : 11.15 AM – 1.15 PM (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **LIMA (5)** halaman bercetak.
Esei (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)** essay questions. Answer **ALL** questions.

ARAHAN:

Bahagian ini mengandungi EMPAT (4) soalan esei. Jawab SEMUA soalan.

QUESTION 1**SOALAN 1**

CLO1
C1

a) Define marketing management.

Berikan definisi Pengurusan Pemasaran.

[3 marks]

[3 markah]

CLO1
C2

b) The marketing management tasks are the core concepts which provide the input for a set of tasks that make up successful marketing management. Explain any **FOUR (4)** of the marketing management task.

Jelaskan mana-mana EMPAT (4) tugas pengurusan pemasaran yang membantu syarikat mencapai kejayaan.

[12 marks]

[12 markah]

CLO1
C2

c) Briefly explain the core concept of marketing management as below:

Terangkan secara ringkas konsep asas pengurusan pemasaran di bawah

i. Demand

Permintaan

ii. Value

Nilai

iii. Supply chain

Rantaian Pembekal

iv. Competition

Persaingan

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 2
SOALAN 2

CLO1
C1

- a) Briefly explain **TWO (2)** market follower strategies
Terangkan secara ringkas DUA (2) strategi pasaran pengikut.

[5 marks]

[5 markah]

CLO1
C2

- b) Explain the levels of competition based on the degree of product substitution below using appropriate examples.

Terangkan tahap-tahap persaingan berdasarkan kepada tahap penggantian produk menggunakan contoh-contoh yang sesuai.

- i. Brand competition

Persaingan jenama

- ii. Industry competition

Persaingan industry

- iii. Form competition

Persaingan bentuk

- iv. Generic competition

Persaingan generik

[16 marks]

[16 markah]

CLO1
C3

- c) Draw a diagram which shows the level of competitions.

Lukiskan satu gambarajah yang menunjukkan peringkat-peringkat persaingan.

[4 marks]

[4 markah]

QUESTION 3
SOALAN 3

Segmentation allow us to choose which buyer to target and how to appeal them.
Segmentasi membolehkan pemasar memilih pembeli yang di sasarkan dan bagaimana memujuk mereka.

CLO2
C1

- a) List **FOUR (4)** levels of segmentation.
Senaraikan EMPAT (4) tahap segmentasi.

[4 marks]

[4 markah]

CLO2
C2

- b) Explain **FOUR (4)** bases that can be used to do market segmentation with suitable examples.
Jelaskan EMPAT (4) asas untuk membuat segmentasi pasaran dengan memberikan contoh yang sesuai.

[12 marks]

[12 markah]

CLO2
C2

- c) Explain any **THREE (3)** effective criteria of segmentation.
Terangkan mana-mana TIGA (3) kriteria bagi segmentasi yang efektif.

[9 marks]

[9 markah]

QUESTION 4
SOALAN 4CLO3
C1

- (a) List **FIVE (5)** primary activities and **FOUR (4)** supporting activities in value chain strategies.

Senaraikan LIMA (5) aktiviti prima dan EMPAT (4) aktiviti sokongan di dalam strategi rantaian nilai.

[9 marks]
[9 markah]

CLO3
C2

- (b) Igor Ansoff proposed a useful framework for detecting new intensive growth opportunities called the **“Product-market expansion grid”**.

Igor Ansoff mencadangkan satu rangka kerja yang berguna untuk mengesan peluang pertumbuhan intensif yang baru yang dipanggil "Grid pengembangan produk-pasaran"

- i. Illustrate the Product-market expansion grid.
Lukiskan Grid pengembangan produk-pasaran.

[4 marks]
[4 markah]

- ii. Explain the Product-market expansion grid.
Huraikan Grid pengembangan produk-pasaran.

[12 marks]
[12 markah]

SOALAN TAMAT