

SECTION A : 100 MARKS

BAHAGIAN A : 100 MARKAH

INSTRUCTION:

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

ARAHAN :

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

QUESTION 1

SOALAN 1

CLO1
C2

- (a) In order to develop an effective marketing plan, a business marketer needs to understand their market efficiently. Explain the business customers below:

- | | |
|-----------------------------|-----------|
| i. Commercial enterprise | [4 marks] |
| ii. Government customer | [4 marks] |
| iii. Institutional customer | [4 marks] |

Bagi membentuk pelan pemasaran yang efektif, pemasar perniagaan perlu memahami pelanggan mereka secara efisien. Terangkan pelanggan perniagaan di bawah:

- | | |
|--------------------------|------------|
| i. Syarikat komersial | [4 markah] |
| ii. Pelanggan kerajaan | [4 markah] |
| iii. Pelanggan institusi | [4 markah] |

CLO1
C2

- (b) Describe **FOUR (4)** differences between business market and consumer market. [8 marks]

Jelaskan EMPAT (4) perbezaan di antara pasaran perniagaan dan pasaran pengguna.

[8 markah]

SULIT

POLITEKNIK
Jabatan Pengajian Politeknik

BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENGAJIAN POLITEKNIK
KEMENTERIAN PENDIDIKAN MALAYSIA

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI JUN 2013

PM603 – BUSINESS MARKETING

TARIKH : 28 OKTOBER 2013
TEMPOH : 2 JAM (8:30AM – 10:30AM)

Kertas ini mengandungi **TUJUH (7)** halaman bercetak.
Bahagian A: Esei (4 soalan)
Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

QUESTION 2

SOALAN 2

CLO2
C2

- (a) The basic elements of marketing research are applied to both consumer and industrial marketing. However, there are major differences exist between consumer and industrial marketing research. Discuss **THREE (3)** differences between consumer and industrial marketing research.

[9 marks]

*Elemen asas penyelidikan pemasaran digunakan di dalam kedua-dua penyelidikan pemasaran pengguna dan pemasaran perindustrian. Walau bagaimanapun, terdapat perbezaan utama wujud di antara penyelidikan pemasaran pengguna dan pemasaran industri. Bincangkan **TIGA (3)** perbezaan yang wujud di antara penyelidikan pemasaran pengguna dan pemasaran industri.*

[9 markah]

CLO2
C2

- (b) As business buying behavior is fundamentally different from consumer buying behavior, the variables used for segmentation are different where the approach is on the basis of macro-variables and micro variables. Briefly explain **FOUR (4)** key variables in macro-segmentation for the industrial market.

[16 marks]

*Gelagat pembelian organisasi adalah berbeza daripada gelagat pembelian pengguna, pembolehubah yang digunakan untuk segmentasi juga berbeza di mana pendekatan adalah berdasarkan pembolehubah makro dan pembolehubah mikro. Berikan penjelasan ringkas **EMPAT(4)** pembolehubah utama di dalam makrosegmentasi bagi pasaran industri.*

[16 markah]

CLO1
C2

- (c) Supplies and services are goods or services that are used to support the business organization's operation. Distinguish between 'supplies' and 'services' with appropriate examples.

[5 marks]

Pembekalan dan perkhidmatan adalah merupakan dua perkara penting yang sering digunakan untuk melancarkan operasi sebuah organisasi perniagaan. Bezakan di antara 'pembekalan' dan 'perkhidmatan' beserta contoh-contoh yang bersesuaian.

[5 markah]

QUESTION 4

SOALAN 4

CLO1
C1

- (a) Business marketers deal with different types of customers who buy in various quantities and are located in various geographical locations. To account for these differences, describe the pricing policies below with suitable examples:

Pemasar perniagaan akan sentiasa berurusan dengan pelbagai jenis pelanggan yang akan membuat pembelian dalam kuantiti yang berbeza dan berada di lokasi yang pelbagai. Bagi menangani perbezaan ini, jelaskan beserta contoh yang sesuai polisi-polisi perletakan harga berikut:

- | | |
|---------------------------------|-------------------|
| i. List Price | [3 marks] |
| <i>Harga Tersenarai</i> | <i>[3 markah]</i> |
| ii. Trade Discount | [3 marks] |
| <i>Diskaun Perdagangan</i> | <i>[3 markah]</i> |
| iii. Quantity Discount | [3 marks] |
| <i>Diskaun Kuantiti</i> | <i>[3 markah]</i> |
| iv. Cash Discount | [3 marks] |
| <i>Diskaun Tunai</i> | <i>[3 markah]</i> |
| v. Geographical Pricing | [3 marks] |
| <i>Penentuan Harga Geografi</i> | <i>[3 markah]</i> |

QUESTION 3

SOALAN 3

CLO3
C2

- (a) To ensure that an effective selling strategy can be executed, the management of a firm must recognize the importance of sales organization. Discuss **THREE (3)** types of business sales organization with suitable examples.

[15 marks]

*Bagi memastikan strategi jualan yang berkesan dapat dilaksanakan, pengurusan sesebuah firma harus mengetahui kepentingan kaedah pengurusan jualan. Bincangkan **TIGA (3)** jenis pengurusan jualan yang diaplikasikan dalam pasaran perniagaan beserta contoh yang bersesuaian.*

[15 markah]

CLO3
C2

- (b) The objectives of sales promotion in business marketing are to gather business leads, impress and reward customer or stimulate the sales force to greater effort. Explain **FOUR (4)** types of sales promotion activities in business marketing.

[10 marks]

*Aktiviti promosi jualan dalam pemasaran perniagaan adalah bertujuan untuk mendapatkan peluang perniagaan, sebagai satu daya tarikan dan cara untuk menghargai pelanggan serta memudahkan usaha jualan yang dilakukan. Terangkan **EMPAT (4)** jenis aktiviti promosi jualan dalam pemasaran perniagaan.*

[10 markah]

CLO1
C2

- (b) Discuss the terms of 'Competitive Bidding' and 'Negotiation' with appropriate example.

[10 marks]

Bincangkan terma tentang 'Bida Persaingan' dan 'Perundingan' beserta dengan contoh bersesuaian.

[10 markah]

SOALAN TAMAT