

SULIT

PM303: MARKETING CHANNEL

SECTION A: 25 MARKS
BAHAGIAN A: 25 MARKAH

INSTRUCTION:

This section consists of TWENTY FIVE (25) objective questions. Mark your answers in the OMR provided.

ARAHAN:

Bahagian ini mengandungi DUA PULUH LIMA (25) soalan objektif. Tandakan jawapan anda di dalam borang OMR yang disediakan.

CLO1
C1

1. Most manufacturers today sell their products or services to _____.

Kebanyakan pengilang hari ini menjual produk dan perkhidmatan mereka kepada _____.

- A. final users.
pengguna akhir.
- B. final users and marketing members.
pengguna akhir dan ahli pemasaran.
- C. Intermediaries.
orang tengah.
- D. the government at various levels.
pelbagai tahap di peringkat kerajaan.

CLO1
C2

2. Manufacturers benefit from using intermediaries because they _____.

Pengilang mendapat faedah dengan menggunakan orang tengah kerana mereka _____.

- A. offer greater efficiency in making goods available to target markets
menawarkan kesediaan produk pada tahap efisien tinggi kepada pasaran sasaran.
- B. operate less expensively
beroperasi dengan kadar kurang mahal.
- C. save a lot of work
menjimatkan banyak kerja.
- D. are generally backlogged with orders
secara amnya menanggung tempahan.

SULIT

POLITEKNIK
Jabatan Pengajian Politeknik

BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENGAJIAN POLITEKNIK
KEMENTERIAN PENGAJIAN TINGGI

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI DISEMBER 2012

PM303: MARKETING CHANNEL

TARIKH : 29 APRIL 2013

TEMPOH : 2 JAM (8.30 AM - 10.30 AM)

Kertas ini mengandungi **EMPAT BELAS (14)** halaman bercetak.
Bahagian A: Objektif (25 soalan)
Bahagian B: Esei (3 soalan)
Dokumen sokongan yang disertakan: Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

- D. economic/ *ekonomi*
- CLO1
C1 6. A society's basic values, perceptions, preferences, and behaviors are found in its _____ environment.
- Nilai asas, tanggapan, pilihan dan gelagat sosial komuniti boleh didapati di persekitaran _____.*
- A. social problem/ *masalah sosial.*
- B. cultural diversity/ *kepelbagaian budaya.*
- C. social-cultural/ *sosio-budaya.*
- D. cultural-economic/ *budaya-ekonomi.*
- CLO1
C2 7. When identifying the major channel alternatives, it is best to consider in terms the types, numbers, and ___ of intermediaries.
- Untuk mengenalpasti alternatif saluran utama, antara perkara yang terbaik yang perlu dipertimbangkan ialah jenis, jumlah dan _____ orang tengah.*
- A. Size/ *saiz*
- B. Power/ *kuasa*
- C. Responsibilities/ *tanggungjawab*
- D. none of the above/ *tiada di atas*
- CLO1
C2 8. The company's channel objectives are influenced by the _____, _____, _____ and _____.
- Objektif saluran syarikat dipengaruhi oleh _____, _____, _____ dan _____.*
- A. company, products, marketing intermediaries and competitors./ *syarikat, produk, orang tengah pemasaran dan pesaing.*
- B. location, finance, operation and personnel./ *lokasi, kewangan, operasi dan kakitangan.*
- C. customer service, utilities, sales and politic./ *khidmat pelanggan, utiliti, jualan dan politik.*
- D. weather, income, expenses and conflict./

- CLO1
C2 3. Wholesalers fall into three major groups. Which is NOT one of these groups?
- Terdapat tiga kumpulan utama pemborong. Yang manakah TIDAK berada dalam kumpulan ini?*
- A. Merchant wholesalers
Pemborong dagangan
- B. Agents and brokers
Agen dan broker
- C. Manufacturers' sales branches and offices
Pejabat dan cawangan jualan pengilang
- D. Specialty wholesalers
Pemborong istimewa
- CLO1
C2 4. Which of the following is the facilitating agency that provides efficient inventories management?
- Manakah yang berikut adalah agensi membantu menjalankan tugas pengurusan inventori yang efisien.*
- A. Storage agencies
Agensi peng storan
- B. Advertising agencies
Agensi pengiklanan
- C. Marketing research firm
Syarikat penyelidikan pemasaran
- D. Insurance companies
Syarikat insurans
- CLO1
C2 5. The _____ environment consists of factors that affect channel members decision by adhering to the rules and regulation when doing business.
- Persekitaran _____ merupakan faktor yang mempengaruhi ahli saluran dalam membuat keputusan dengan mematuhi peraturan-peraturan tertentu dalam menjalankan perniagaan.*
- A. social-cultural/ *sosio-budaya*
- B. political-legal/ *politik-undang-undang*
- C. technological/ *teknologi*

CLO1
C1

12. Choose the following type of conflict that occurs between members at the same level within the channel.

Pilih jenis konflik yang berlaku antara ahli pada tahap yang sama dalam saluran.

- A. Vertical channel conflict./ *konflik saluran menegak*
- B. Circular channel conflict./ *konflik saluran berputar*
- C. Multichannel conflict./ *konflik saluran pelbagai*
- D. Horizontal channel conflict./ *konflik saluran melintang*

CLO1
C2

13. It occurs when a single firm uses two or more marketing channels to reach one or more customer segments. This situation describes a system called _____.

Ia berlaku bila firma yang menggunakan dua atau lebih saluran pemasaran untuk sampai satu atau lebih segmen. Situasi ini menerangkan sistem yang dikenali sebagai _____.

- A. cooperative marketing system./ *sistem kerjasama pemasaran*
- B. horizontal marketing system./ *sistem pemasaran melintang*
- C. financial marketing system./ *sistem pemasaran kewangan*
- D. vertical marketing system./ *sistem pemasangan menegak*

CLO1
C2

14. In a _____, two or more companies at one level join together to develop a new marketing opportunity.

Dalam _____, dua atau lebih syarikat pada tahap satu bergabung bersama untuk membangunkan satu peluang pemasaran yang baru.

- A. horizontal marketing system / *sistem pemasaran melintang*
- B. vertical marketing system/ *sistem pemasaran menegak*
- C. hybrid marketing system/ *sistem pemasaran hibrid*
- D. direct marketing system/ *sistem pemasaran langsung*

cuaca, pendapatan, perbelanjaan dan konflik.

CLO1
C1

9. "A comprehensive set of policies for the promotion of a product through the channel member". This statement refers to _____.

"Satu set polisi yang komprehensif untuk mempromosikan produk melalui ahli saluran". Penyataan di atas merujuk kepada _____.

- A. cooperation arrangements./ *perjanjian kerjasama.*
- B. distribution programs./ *program pengagihan.*
- C. partnership and strategies alliances./ *strategic alliance dan perkongsian.*
- D. push program./ *program penolakan.*

CLO1
C2

10. Two or more companies at different level joined together to form a new market opportunity refer to _____.

Dua atau lebih syarikat yang berbeza tahap bergabung untuk membentuk peluang pasaran yang baru merujuk kepada _____.

- A. vertical marketing systems./ *sistem pemasaran mendatar.*
- B. franchises./ *francais.*
- C. integrated marketing systems./ *sistem pemasaran gabungan.*
- D. horizontal marketing systems./ *sistem pemasaran menegak.*

CLO1
C1

11. Complete the following statement: _____ is generated when one channel member's action prevents another channel from achieving its goal.

Lengkapkan pernyataan berikut: _____ dihasilkan bila tindakan satu ahli saluran menghalang saluran lain dari mencapai matlamat.

- A. channel power/ *kuasa saluran*
- B. channel coordination/ *koordinasi saluran*
- C. channel conflict/ *konflik saluran*
- D. channel distribution/ *pengagihan saluran*

- B. ii,iii and iv
- C. i,iii and iv
- D. all of the above

CLO2
C2

18. Administered vertical marketing system _____.

Sistem pentadbiran pemasaran menegak _____.

- A. is the act of coordinating successive stages of production and distribution through the size and power of one of the members./
merupakan tindakan koordinasi tahap pengeluaran dan pengedaran yang berjaya melalui saiz dan kuasa satu daripada ahli-ahli.
- B. is the act of combining successive stages of production and distribution under single ownership./
merupakan tindakan menggabungkan tahap keberjayaan pengeluaran dan pengedaran di bawah satu milikan.
- C. consists of independent firms at different levels of production and distribution, integrating their programs on a contractual basis to obtain more economies or sales impact than they could achieve alone./
terdiri daripada firma-firma yang bebas pada tahap pengeluaran dan pengedaran yang berlainan, menyepadukan program-program berasaskan kontrak bagi mendapatkan lebih penjimatan ataupun impak jualan yang boleh dicapai sendirian.
- D. comprises an independent producer, wholesaler and retailer.
terdiri daripada pengeluar bebas, pemborong dan peruncit.

CLO2
C3

19. Ahmad Kamal is experiencing a disagreement with intermediaries in the marketing channel job delegations and rewards. Ahmad Kamal is experiencing _____.

Ahmad Kamal mengalami ketidaksetujuan dengan perantara dalam pengagihan kerja dan ganjaran ahli saluran pemasaran. Ahmad Kamal mengalami _____.

- A. channel delusion/ *pengeliruan saluran*
- B. channel problems/ *masalah saluran*
- C. channel conflict/ *konflik saluran*
- D. channel mismanagement/ *salah urus saluran*

CLO2
C3CLO1
C2

15. Marketing logistics (physical distribution) involved getting the right product to the right customer at the right place and time. Which of the following is NOT included in this process?

Logistik pemasaran (pengagihan fizikal) melibatkan produk yang betul kepada pelanggan yang betul pada tempat dan masa yang betul. Pernyataan yang manakah BUKAN termasuk dalam proses ini?

- A. Planning/*perancangan*
- B. Implementing/*pelaksanaan*
- C. Controlling the physical flow of goods, services, and information/
Mengawal aliran fizikal barangan, servis, dan informasi
- D. Gathering customer's ideas for new products./
Mengumpul idea-idea pelanggan untuk produk baru

CLO2
C2

16. Which of the following approaches consists of a comprehensive set of policies to motivate channel members?

Pendekatan manakah yang mengandungi set polisi yang menyeluruh untuk memotivasikan ahli-ahli saluran?

- A. Cooperation Arrangements/*penyusunan kerjasama*
- B. Distribution Programs/*program pengagihan*
- C. Partnership and Strategies Alliances/*perkongsian dan persekutuan strategi*
- D. Push Programs / *program mendesak*

CLO2
C2

17. Which of the following are the typical types of cooperation programmes provided by manufacturers to channel members?

Jenis program kerjasama manakah yang disediakan oleh pengilang kepada ahli-ahli saluran?

- i. Cooperative advertising allowances/ *elaun kerjasama pengiklanan*
- ii. Contests for buyers, salespeople, etc./
pertandingan untuk pembeli, tenaga jualan dll
- iii. Demonstration/ *demonstrasi*
- iv. Payments for window display space, plus installation cost./
bayaran untuk ruangan peragaan tingkap, kos tambahan pemasangan

A. i,ii and iii

CLO2
C3

23. Direct interaction between channel members that focuses on joint problem solving can be effective in resolving conflicts such as compromise strategies. Which of the following is **NOT** a conflict resolution strategy?

*Interaksi secara terus di kalangan ahli-ahli saluran memberi tumpuan terhadap penyelesaian masalah bersama akan berkesan dalam penyelesaian konflik seperti strategi kompromi. Yang manakah di antara berikut **BUKAN** strategi penyelesaian konflik?*

- A. Decision power/ Kuasa membuat keputusan
- B. Persuasive/ Memujuk
- C. Legalistic/ Perundangan
- D. Symbiotic/ Simbiotik

CLO2
C2

24. Siew Lan is the manager of the local McDonald's franchise in Bandar Utama. Recently the headquarters did not let her participate in co-op advertising like the other McDonald's in her district. Now she feels irritated and demands justice for herself. Which of the following best describes the source of conflict?

Siew Lan adalah seorang pengurus kepada francais McDonald's tempatan di Bandar Utama. Baru-baru ini, ibu pejabat tidak membenarkan beliau untuk terlibat di dalam periklanan kerjasama seperti cawangan francais McDonald's yang lain di kawasan yang berhampiran. Sekarang beliau tidak berpuas hati dan inginkan keadilan. Yang manakah antara yang berikut menerangkan sumber konflik?

- A. Unclear roles and rights/ peranan dan hak tidak jelas
- B. Goal incompatibility/ matlamat yang tidak sesuai
- C. Differences in perception/ berlainan persepsi
- D. Lack of sources/ kekurangan sumber

CLO2
C2

25. Staples Office Supply opened an online store that created competition with many of its dealers. The corporate office created a _____ conflict.

Staples Office Supply membuka kedai maya yang mewujudkan persaingan dengan banyak peniaga. Pejabat korporat ini mewujudkan konflik _____.

- A. vertical/ menegak

20. "Any given member of the marketing channel has a series of roles that he or she is expected to play". This statement refers to _____.

"Mana-mana ahli saluran pemasaran mempunyai peranan bersiri di mana mereka perlu lakukan". Pernyataan ini merujuk kepada _____.

- A. goal incompatibility/ ketidaksesuaian matlamat
- B. unclear roles and rights/ peranan dan hak yang tidak jelas
- C. lack of resources/ kekurangan sumber
- D. difference in perception/ berlainan persepsi

CLO2
C2

21. Steve and Jobs suggest that direct interaction among channel members and focus on joint problem solving can be effective in resolving conflict. This refers to _____ strategies.

Steve dan Jobs mencadangkan bahawa interaksi secara langsung antara ahli-ahli saluran dan tumpuan terhadap penyelesaian masalah bersama boleh menyelesaikan konflik secara berkesan. Ini merujuk kepada strategi _____.

- A. compromise/ berkompromi
- B. persuasive/ memujuk
- C. legalistic/ perundangan
- D. symbiotic/simbiotik

CLO2
C2

22. There are many sources of conflicts between channel members. The sources are unclear roles and rights, goal incompatibility and _____.

Terdapat banyak sumber konflik di kalangan ahli-ahli saluran. Sumber-sumber tersebut adalah peranan dan hak yang tidak jelas, ketidaksesuaian matlamat dan _____.

- A. time-saving part/ bahagian penjimatan masa
- B. differences in perception/ berlainan persepsi
- C. decisional role/ peranan membuat keputusan
- D. informational role/ peranan memberi informasi

SECTION B: 75 MARKS
BAHAGIAN: 75 MARKAH

INSTRUCTION:

This section consists of **THREE (3)** essay questions. Answer **all** questions.

ARAHAN:

Bahagian ini mengandungi **TIGA (3)** soalan esei. Jawab **SEMUA** soalan.

QUESTION 1
SOALAN 1

CLO1
C1 (a) Define marketing channel

Beri definisi saluran pemasaran

[5 marks]
[5 markah]

CLO1
C2 (b) There are four roles of marketing channel. Explain the roles of marketing channel below:

- i) Contactual efficiency
- ii) Simplifying assortment

Terdapat empat peranan dalam saluran pemasaran. Jelaskan peranan saluran pemasaran di bawah

- i) Hubungan yang efisien
- ii) Kepelbagaian kemudahan

[10 marks]
[10 markah]

CLO2
C2 (c) Describe **THREE (3)** numbers of intermediaries.

*Terangkan **TIGA (3)** jenis bilangan perantara pemasaran.*

[10 marks]
[10 markah]

- B. multichannel/ pelbagai saluran
- C. no-win/ tiada pemenang
- D. horizontal/ melintang

Terangkan **TIGA (3)** perbezaan-perbezaan antara konflik saluran mendatar dengan konflik saluran menegak.

[6 marks]
[6 markah]

CLO2
C3

(c) Explain **FIVE (5)** sources of conflict.

Jelaskan **LIMA (5)** punca-punca konflik.

[15 marks]
[15markah]

SOALAN TAMAT

QUESTION 2 SOALAN 2

CLO2
C2

(a) Explain **THREE (3)** approaches together with examples that can be used by producer to motivate channel members.

Jelaskan **TIGA (3)** pendekatan bersama dengan contoh yang boleh digunakan oleh pengeluar untuk memotivasikan ahli-ahli saluran.

[15 marks]
[15 markah]

CLO2
C2

(b) Identify **FIVE (5)** criteria to evaluate the performance of channel members together with suitable elaborations.

Huraikan **LIMA (5)** kriteria untuk menilai prestasi ahli-ahli saluran.

[10 marks]
[10 markah]

QUESTION 3 SOALAN 3

The use of too much coercive power in a distribution channel may lead to feeling of negativity against the member in power. This therefore lead channel conflict.

Based the statement, answer the question below.

Penggunaan kuasa paksaan yang lebih dalam saluran agihan menyebabkan wujudnya pandangan yang negatif di kalangan ahli saluran. Ini menyebabkan berlakunya konflik saluran. Berdasarkan kenyataan tersebut jawab soalan di bawah

CLO1
C1

(a) What is channel conflict?

Apakah yang maksudkan dengan konflik saluran?

[4 marks]
[4 markah]

CLO2
C2

(b) Explain **THREE (3)** differences between horizontal channel conflict and vertical channel conflict.