

**INSTRUCTION:**

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

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

**QUESTION 1****SOALAN 1**CLO1  
C1

- a) Marketers are basically involved in ten types of entities. Describe the following five entities by providing an example for each.
- i. Goods
  - ii. Services
  - iii. Events
  - iv. Persons
  - v. Ideas
- a) *Pemasar pada dasarnya terlibat dalam sepuluh jenis entiti. Huraikan lima (5) jenis entiti berikut beserta contoh.*
- i. *Barangan*
  - ii. *Perkhidmatan*
  - iii. *Peristiwa*
  - iv. *Manusia*
  - v. *Ide*

[10 marks]

[10 markah]

SULIT

**POLITEKNIK**  
Jabatan Pengajian Politeknik

BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN  
JABATAN PENGAJIAN POLITEKNIK  
KEMENTERIAN PENGAJIAN TINGGI

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI DISEMBER 2012

**PM602: MARKETING MANAGEMENT**

**TARIKH : 22 APRIL 2013**

**TEMPOH : 2 JAM (2.30 PM – 4.30 PM)**

---

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

## QUESTION 3

## SOALAN 3

Hotel Dahlia had just been opened and needs an advice in dealing with Customer Relationship Management.

*Hotel Dahlia baru saja dibuka dan memerlukan khidmat nasihat berkaitan pengurusan perhubungan pelanggan.*

CLO1  
C1

- (a) Define Customer Relationship Management.

*Definisikan Pengurusan Perhubungan Pelanggan.*

[4 marks]

[4 markah]

CLO 2  
C3

- (b) Explain **THREE (3)** ways on how a hotel can generate customer loyalty at a "customer touch point".

*Terangkan TIGA (3) cara bagaimana sesebuah hotel boleh menghasilkan kesetiaan pelanggan pada 'titik sentuhan pelanggan'.*

[9 marks]

[9 markah]

CLO 2  
C3

- (c) Explain **FOUR (4)** methods that can be used by a hotel in order to attract and retain customers.

*Terangkan EMPAT (4) kaedah yang boleh digunakan oleh sesebuah hotel untuk menarik dan mengekalkan pelanggan.*

[12 marks]

[12 markah]

CLO1  
C1

- b) The American Marketing Association defines marketing as: the activity, sets of institutions and process for creating, communicating, delivering and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners and society at large. Describe **FIVE (5)** conditions for an exchange to occur.

[15 marks]

[15 markah]

- b) *Persatuan Pemasaran Amerika mentakrifkan pemasaran sebagai: aktiviti, set institusi dan proses untuk mencipta, berkomunikasi, menyampaikan dan bertukar-tukar tawaran yang bernilai untuk pelanggan, rakan kongsi dan masyarakat secara umumnya. Terangkan LIMA (5) syarat untuk berlakunya 'pertukaran'.*

## QUESTION 2

## SOALAN 2

CLO1  
C1

- (a) Define the meaning of Strategic Planning.  
*Takrifkan makna Perancangan Strategik.*

[3 marks]

[3 markah]

CLO1  
C1

- (b) List the steps involved in business unit strategic planning.  
*Senaraikan langkah-langkah yang terlibat dalam perancangan strategik unit perniagaan.*

[6 marks]

[6 markah]

CLO1  
C3

- (b) Describe the corporate and division strategic planning level.  
*Terangkan setiap peringkat dalam perancangan strategik korporat dan unit.*

[16 marks]

[16 markah]

## QUESTION 3

## SOALAN 3

Hotel Dahlia had just been opened and needs an advice in dealing with Customer Relationship Management.

*Hotel Dahlia baru saja dibuka dan memerlukan khidmat nasihat berkaitan pengurusan perhubungan pelanggan.*

CLO1  
C1

- (a) Define Customer Relationship Management.

*Definisikan Pengurusan Perhubungan Pelanggan.*

[4 marks]

[4 markah]

CLO 2  
C3

- (b) Explain **THREE (3)** ways on how a hotel can generate customer loyalty at a "customer touch point".

*Terangkan TIGA (3) cara bagaimana sesebuah hotel boleh menghasilkan kesetiaan pelanggan pada 'titik sentuhan pelanggan'.*

[9 marks]

[9 markah]

CLO 2  
C3

- (c) Explain **FOUR (4)** methods that can be used by a hotel in order to attract and retain customers.

*Terangkan EMPAT (4) kaedah yang boleh digunakan oleh sesebuah hotel untuk menarik dan mengekalkan pelanggan.*

[12 marks]

[12 markah]

CLO1  
C1

- b) The American Marketing Association defines marketing as: the activity, sets of institutions and process for creating, communicating, delivering and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners and society at large. Describe **FIVE (5)** conditions for an exchange to occur.

[15 marks]

[15 markah]

- b) *Persatuan Pemasaran Amerika mentakrifkan pemasaran sebagai: aktiviti, set institusi dan proses untuk mencipta, berkomunikasi, menyampaikan dan bertukar-tukar tawaran yang bernilai untuk pelanggan, rakan kongsi dan masyarakat secara umumnya. Terangkan LIMA (5) syarat untuk berlakunya 'pertukaran'.*

## QUESTION 2

## SOALAN 2

CLO1  
C1

- (a) Define the meaning of Strategic Planning.  
*Takrifkan makna Perancangan Strategik.*

[3 marks]

[3 markah]

CLO1  
C1

- (b) List the steps involved in business unit strategic planning.  
*Senaraikan langkah-langkah yang terlibat dalam perancangan strategik unit perniagaan.*

[6 marks]

[6 markah]

CLO1  
C3

- (b) Describe the corporate and division strategic planning level.  
*Terangkan setiap peringkat dalam perancangan strategik korporat dan unit.*

[16 marks]

[16 markah]

## QUESTION 4

## SOALAN 4

CLO 2  
C4

- (a) The selection of a brand's **points of difference** (PODs) begins with its competitive strengths and insight about consumer's motivations for using the category or brand. By providing suitable examples, identify **THREE (3)** criteria which determine whether a brand association can truly function as point-of-differences.

*'Pemilihan titik-perbezaan' jenama bermula dengan kekuatan daya saing jenama dan pandangan serta motivasi pengguna semasa menggunakan sesuatu kategori produk atau jenama. Dengan memberikan contoh yang sesuai, kenalpasti TIGA (3) kriteria menentukan sama ada ciri-ciri jenama yang benar-benar boleh berfungsi sebagai titik-perbezaan.*

[12 marks]

[12 markah]

CLO 2  
C5

- (b) You are the marketing officer of a soft drink company. You and your team are assigned by your boss to develop the most creative positioning statement. The positioning statement must take into consideration the **Points of Parity (POP)** and **Points of Difference (POD)**.

*Anda adalah merupakan pegawai pemasaran di sebuah syarikat minuman ringan. Anda dan kumpulan anda telah ditugaskan untuk membangunkan pernyataan perletakan yang paling kreatif. Pernyataan perletakan tersebut perlu mengambil kira "Points of Parity (POP)" dan "Points of Difference (POD)".*

[13 marks]

[13 markah]

## SOALAN TAMAT