

SULIT



**BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI
KEMENTERIAN PENGAJIAN TINGGI**

JABATAN PERDAGANGAN

**PENILAIAN ALTERNATIF BERIKUTAN
PELAKSANAAN PERINTAH KAWALAN BERSYARAT**

SESI JUN 2020

**DPM 6053: BUSINESS MARKETING
AND CHANNEL MANAGEMENT**

NAMA PENYELARAS KURSUS: KAHARUDDIN BIN OSMAN

KAEDAH PENILAIAN : PEPERIKSAAN ONLINE

JENIS PENILAIAN : ESEI BERSTRUKTUR (2 SOALAN)

TARIKH PENILAIAN : 23/12/2020

TEMPOH PENILAIAN : (1 JAM)

LARANGAN TERHADAP PLAGIARISM (AKTA 174)

**PELAJAR TIDAK BOLEH MEMPLAGIAT APA-APA IDEA, PENULISAN, DATA
ATAU CIPTAAN ORANG LAIN. PLAGIAT ADALAH SALAH SATU
PENYELEWENGAN AKADEMIK. SEKIRANYA PELAJAR DIBUKTIKAN
MELAKUKAN PLAGIARISM, PENILAIAN BAGI KURSUS BERKENAAN AKAN
DIMANSUHKAN DAN DIBERI GRED F DENGAN NILAI MATA 0.(RUJUK BUKU
ARAHAN-ARAHAN PEPERIKSAAN DAN KAEDAH PENILAIAN (Diploma) EDISI 6, JUN 2019, KLAUSA 17.3)**

SECTION A: 50 MARKS
BAHAGIAN A: 50 MARKAH**INSTRUCTION:**

This section consists of **TWO (2)** essay structured questions. Answer **ALL** questions.

ARAHAN:

Bahagian ini mengandungi DUA (2) soalan berstruktur. Jawab semua soalan.

QUESTION 1.CLO3
C3

- (a) Business marketing is a dynamic and challenging area that presents opportunities for the application of marketing concepts and principles. To market effectively in a business market, we must understand the business marketing roles.

Pemasaran perniagaan adalah bersifat dinamik dan mencabar di mana kewujudannya membuka peluang kepada aplikasi konsep dan prinsip pemasaran. Untuk memasarkan secara berkesan dalam pemasaran perniagaan memerlukan kefahaman tentang peranan pemasaran perniagaan.

Interpret the business marketing roles you would use to achieve competitive advantage over competitors.

Jelaskan peranan pemasaran perniagaan yang anda akan gunakan untuk mencapai kelebihan daya saing ke atas pesaing.

[10 marks]

[10 markah]

CLO3
C3

- (b) The basic concepts of marketing (in terms of exchange processes between buyers and sellers) remain the same for both the consumer marketing and business marketing. However, there are differences between consumer markets and business markets.

Konsep asas pemasaran (dalam ertikata pertukaran antara pembeli dan penjual) kekal sama pada pihak pemasaran pengguna dan pemasaran perniagaan. Namun Terdapat perbezaan antara pemasaran pengguna dan pemasaran perniagaan.

Demonstrate **FIVE (5)** differences in characteristics of business and consumer market in Malaysia perspectives.

Tunjukkan LIMA (5) perbezaan kriteria antara pemasaran pengguna dan pemasaran perniagaan dari perspektif di Malaysia

[15 marks]
[15 markah]

QUESTION 2

CLO3
C3

- a) The decision of the business marketer on segmenting, targeting, and positioning (STP) is considered as an important strategic (i.e. long-term) marketing decision.
Keputusan yang dibuat oleh pemasar perniagaan terhadap segmentasi, penyasaran dan pemposisian adalah dianggap penting untuk membuat keputusan dalam pemasaran.

Illustrate with a diagram the process of segmentation, targeting and positioning in business marketing environment.

Gambarkan dengan gambar rajah proses segmentasi, penyasaran dan pemposisian dalam pemasaran perniagaan.

[10 marks]
[10markah]

CLO3
C3

- b) An efficient use of logistics has a significant impact on customer service. It creates a competitive advantage in the market place.

Keberkesan penggunaan logistik adalah penting dan memberikan impak kepada khidmat pelanggan. Ianya membentuk kelebihan persaingan dalam pasaran.

Interpret **FIVE (5)** logistics/physical distribution activities in business marketing during pandemic covid 19.

Jelaskan LIMA (5) aktiviti-aktiviti pengedaran logistik/ fizikal dalam Pemasaran perniagaan ketika pandemic covid 19.

[15 marks]
[15 marks]

END OF QUESTIONS