

SULIT

PB304: MARKETING MANAGEMENT
THEORIES AND PRACTICES

SECTION A: 25 MARKS
BAHAGIAN A: 25 MARKAH

INSTRUCTION:

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

ARAHAN:

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

CLO2
C2

1. Social responsible marketing is important because _____
Tanggungjawab pemasaran adalah sosial penting kerana _____
 - A. Consumer complaints just are not worth the effort it takes to resolves them.
Aduan pengguna tidak memadai dengan usaha yang diambil untuk menyelesaikan masalah mereka.
 - B. It makes the employees of the company feel good about their marketing activities.
Ia membuatkan pekerja syarikat itu berpuashati dengan aktiviti pemasaran mereka
 - C. The marketing concept is a philosophy of services and mutual gain.
Konsep pemasaran adalah falsafah perkhidmatan dan keuntungan bersama.
 - D. It makes the consumer feel good about the company.
Ia membuatkan pengguna berpuashati dengan syarikat.

CLO1
C2

2. An increased interest in corporate ethics is typical of:
Peningkatan kepentingan dalam etika korporat menjurus kepada:
 - A. rapid globalization
kepesatan globalisasi
 - B. a new world order
"world order" baru
 - C. the call for greater social responsibility in business
seruan tanggungjawab sosial yang lebih besar didalam perniagaan
 - D. a fear of being sued
kekhawatiran didakwa

SULIT

POLITEKNIK
Jabatan Pengajian Politeknik

BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENGAJIAN POLITEKNIK
KEMENTERIAN PENGAJIAN TINGGI

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI DISEMBER 2012

PB304: MARKETING MANAGEMENT: THEORIES AND PRACTICES

TARIKH : 22 APRIL 2013

TEMPOH : 2 JAM (8.30 A.M – 10.30 A.M)

Kertas ini mengandungi **ENAM BELAS (16)** 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

CLO2
C3

5. Perusahaan Ahmad, a SME company that manufactures cereals and energy drinks, wants to launch a "green marketing" program in response to heightened consumer awareness about environmental issues. What should the company do to maximize the program's chances of being successful?

Syarikat Ahmad, sebuah syarikat PKS yang mengeluarkan bijirin dan minuman tenaga, akan melancarkan program "pemasaran hijau" sebagai tindak balas kepada kesedaran pengguna yang semakin meningkat mengenai isu-isu alam sekitar. Apakah yang syarikat perlu lakukan untuk memaksimumkan peluang kejayaan di dalam program ini?

- A. Demonstrate that the product benefits both customers and Society in long-term
Menunjukkan bahawa produk memberi manfaat kepada pelanggan dan masyarakat dalam jangka panjang
- B. Emphasize benefits to the consumer rather than environmental benefits
Menekankan faedah kepada pengguna berbanding faedah alam sekitar
- C. Focus on the efforts and costs incurred by the company to bring these "green" products to consumers
Menumpukan usaha dan kos yang ditanggung oleh syarikat bagi membawa produk hijau kepada pengguna.
- D. Engage in "greenwashing" to highlight the environmental benefits of the product
Penglibatan dalam "greenwashing" untuk mengenengahkan faedah produk kepada alam sekitar.

CLO2
C2

6. In terms of time-series analysis, which of the following that addresses such variables as capital formation and changes in technology.
Dari segi analisa siri masa, yang manakah antara berikut menangani pembolehubah seperti pembentukan modal dan perubahan dalam teknologi .

- A. Trend
Trend
- B. Cycle
Kitaran
- C. Erratic component
komponen "erratic"
- D. Season
Musim

CLO1
C2

3. Each of the following is true about the internet's impact on the way business is conducted today, **EXCEPT**

*Kenyataan berikut adalah benar tentang kesan Internet terhadap cara perniagaan dijalankan hari ini, **KECUALI***

- A. it has facilitated high-speed communication among employees.
ia memudahkan komunikasi yang pantas di kalangan pekerja.
- B. it has facilitated mass marketing but not the sale of customized products.
ia memudahkan pemasaran massa tetapi tidak kepada penjualan produk tempahan.
- C. it has empowered consumers with easy access to information.
ia memberi kuasa kepada pengguna untuk akses maklumat dengan mudah.
- D. it can be used as a powerful sales channel.
ia boleh digunakan untuk menguatkan saluran jualan.

CLO2
C2

4. The _____ holds that the organization's task is to determine the needs, wants, interests of target markets and to deliver the desired satisfactions more effectively and efficiently than competitors in a way that preserves or enhances the consumer's and the society's well-being.

_____ berpegang bahawa tugas organisasi adalah untuk menentukan keperluan, kehendak, kepentingan pasaran sasaran dan untuk menyampaikan kepuasan yang diinginkan dengan lebih berkesan dan cekap daripada pesaing dalam cara mengekalkan atau meningkatkan kesejahteraan pengguna dan masyarakat.

- A. selling concept
konsep jualan
- B. integrated marketing concept
konsep pemasaran bersepadu
- C. social responsibility marketing concept
konsep pemasaran tanggungjawab sosial
- D. relationship marketing concept
konsep pemasaran hubungan

CLO2
C1

SULIT

PB304: MARKETING MANAGEMENT
THEORIES AND PRACTICES

9. The _____ marketing plan defines the lays out the target markets and the value proposition that will be offered based on an analysis of the best market opportunities.

Perancangan _____ pemasaran mendefinisikan meletakkan sasaran pasaran dan cadangan nilai yang akan ditawarkan berdasarkan analisis peluang pasaran terbaik.

- A. strategic
strategik
- B. operational
operasi
- C. tactical
taktikal
- D. promotional
promosi

CLO2
C1

10. A Purchase probability scale is typically used with the following sales forecasting techniques:

Satu skala Pembelian kebarangkalian biasanya digunakan dengan teknik ramalan jualan

- A. Time-series analysis
Analisa siri masa
- B. Leading indicators
Petunjuk utama
- C. Survey of buyers' intentions
Kajian niat pembeli
- D. Expert opinion
Pendapat pakar

CLO2
C1

SULIT

PB304: MARKETING MANAGEMENT
THEORIES AND PRACTICES

7. Which of the following is a sales forecasting technique based upon what people have done?

Yang manakah di antara berikut merupakan teknik ramalan jualan berdasarkan apa yang orang ramai telah dilakukan?

- A. Test markets
Ujian pasaran
- B. Expert opinions
Pendapat pakar
- C. Time-series analysis
Analisa siri masa
- D. Composite sales force opinion
Pendapat komposit kumpulan jualan

CLO2
C1

8. Which of the following can serve as a source of expert opinion for sales forecasts?

Yang manakah antara berikut boleh berfungsi sebagai sumber kepada pendapat pakar untuk membuat ramalan jualan?

- A. Distributors
Pengedar
- B. Suppliers
Pembekal
- C. Marketing consultants
Perunding pemasaran
- D. All of the above
Semua yang di atas

CLO1
C1

13. SWOT refers to _____

SWOT merujuk kepada _____

- A. Strategy, working, opinion, tactical
Strategi , bekerja, pendapat, taktikal
- B. Strength, weaknesses, opportunities, threats
Kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman
- C. Strategy, weaknesses ,openness, toughness
Strategi, kelemahan, openness, ketahanan
- D. Strategy, weakness, opinion, tactics
Strategi, kelemahan, pendapat, taktik

CLO1
C2

14. This is a challenges posed by unfavorable trend or development in the environment that would lead, in the absence of purposeful marketing action to the erosion of the company's position. This statement refers to:

Ini adalah satu cabaran yang dihadapi oleh tren tidak menguntungkan atau pembangunan dalam persekitaran yang akan membawa, dalam ketiadaan tindakan pemasaran azam untuk hakisan kedudukan syarikat. Kenyataan berikut merujuk kepada?

- A. Threat
Ancaman
- B. Strength
Kekuatan
- C. Weaknesses
Kelemahan
- D. Opportunities
Peluang

CLO1
C1

11. Which of the following is NOT part of the external marketing environment?

Manakah antara berikut BUKAN sebahagian daripada persekitaran pemasaran luar?

- A. Legal
Undang-undang
- B. Product
Produk
- C. Political
Politik
- D. Socio- Cultural
Sosio-Budaya

CLO2
C2

12. The purpose of evaluating is to prepare a unit plan. The plan will be reviewed in order to make the right decision towards the SBUs. What are the decisions that can be taken towards SBU by a company?

Tujuan penilaian adalah untuk menyediakan satu unit pelan. Pelan ini akan dikaji semula dalam usaha untuk membuat keputusan terhadap SBU. Apakah langkah-langkah –langkah yang boleh diambil terhadap SBU oleh syarikat?

- A. SWOT analysis
Analisis SWOT
- B. Build, maintain, harvest, or divest
Membina, mengekalkan, menuai, atau melupuskan
- C. Intensive growth, integrative growth, diversification
pertumbuhan Rapi, integratif pertumbuhan, kepelbagaian
- D. Goal formulation, program formulation, implementation
Perumusan Matlamat, perumusan program, pelaksanaan

CLO2
C2

17. Perishability is best described as which of the following?

Tidak boleh disimpan digambarkan sebagai yang berikut?

- A. Services used or hind for a period of time
Perkhidmatan boleh digunakan kemudian untuk satu tempoh masa
- B. Unlike products, services hardly to be hold or touch
Perkhidmatan tidak boleh dipegang atau disentuh seperti produk
- C. Unlike products which is usable, services last only for specific time and hardly to be stored
Perkhidmatan tertentu dan tidak boleh disimpan seperti produk yang boleh digunakan kemudian
- D. Inseparable service provider
Tidak boleh dipisahkan dari pengeluar perkhidmatan

CLO2
C2

18. Process is best described as which of the following?

Proses yang terbaik digambarkan sebagai yang berikut?

- A. Refers to the system used to assist the organization in delivering the service.
Merujuk kepada sistem yang digunakan untuk membantu organisasi dalam menyampaikan perkhidmatan
- B. The element of service mix which allows the customer again to make reassessment on the organization.
Elemen gabungan perkhidmatan yang membolehkan pelanggan sekali lagi membuat penilaian pada organisasi
- C. An essential needs to any service provision is the use of appropriate staff and people
Keperluan penting kepada mana-mana peruntukan dalam perkhidmatan adalah penggunaan yang sesuai kepada kakitangan dan orang ramai
- D. A good evaluation of service is based on a high quality, goods or other services
Perkhidmatan yang baik dinilai berdasarkan kuantiti yang tinggi, barangan, atau langkah lain dalam perkhidmatan

CLO1
C2

15. Diversification is best described as which of the following?

Kepelbagaian adalah yang terbaik digambarkan sebagai yang berikut?

- A. Existing products in new market
Produk sedia ada dalam pasaran baru
- B. Existing products in existing market
Produk sedia ada dalam pasaran yang sedia ada
- C. New product for new market
Produk baru untuk pasaran baru
- D. New products for existing markets
Produk baru untuk pasaran sedia ada

CLO1
C116. Which of the following is **NOT** the characteristic of services?*Antara berikut yang manakah **BUKAN** ciri-ciri perkhidmatan?*

- A. Lack of ownership
Kekurangan pemilikan
- B. Tangibility
Dapat dipegang
- C. Inseparability
Tidak boleh dipisahkan
- D. Perishability
Tidak boleh disimpan

CLO1
C2

21. 'A company sees its competitor as all companies that make the same products or class of products'. Which answer best describe the statement above?

"Sesebuah syarikat melihat pesaing mereka sebagai semua syarikat yang membuat produk atau kelas produk yang sama". Yang manakah jawapan terbaik menggambarkan kenyataan di atas?

- A. Brand competition
Pesaingan jenama
- B. Industry competition
Pesaingan industri
- C. Form competition
Pesaingan bentuk
- D. Generic competition
Pesaingan generik

CLO1
C1

22. Four main steps in marketing intelligence system are

Empat langkah utama dalam sistem perisikan pemasaran adalah

- A. Collecting the data, evaluating and analyzing the data, disseminating information responding and setting up the system.
Mengumpul data, menilai dan menganalisis data, menyebarkan maklumat dan maklumbalas dan membentuk sistem.
- B. Disseminating information and responding, setting up the system, collecting the data, evaluating and analyzing the data.
Menyebarkan maklumat dan maklumbalas, membentuk sistem, mengumpul data, menilai dan menganalisis data,
- C. Setting up the system, collecting the data, evaluating and analyzing the data and disseminating information and responding.
Membentuk sistem, mengumpul data, menilai dan menganalisis data dan menyebarkan maklumat dan maklumbalas.
- D. Setting up the system, disseminating information and responding, collecting the data and evaluating and analyzing the data
Membentuk sistem, menyebarkan maklumat dan maklumbalas, mengumpul data dan menilai dan menganalisis data.

CLO2
C2

19. Internet, social media application, online newsletters and blogs are among the less expensive ways to maintain relation with the client. This is example refers to?

Internet, sosial media, berita dalam talian dan blog boleh menjadi cara yang kurang mahal untuk mengekalkan hubungan pelanggan. Ini adalah contoh yang merujuk kepada?

- A. Keeping in touch with customer
Mengekalkan hubungan dengan pelanggan
- B. Maintaining consistent correspondent with clients
Mengekalkan koresponden berterusan dengan pelanggan
- C. External marketing
Pemasaran Luar
- D. Interactive marketing
Interaktif pemasaran

CLO2
C3

20. Holistic marketing is best described as which of the following?

Pemasaran holistik terbaik digambarkan seperti yang berikut?

- A. As a heart – centered approach in expanding and promoting one's business
Sebagai jantung - pendekatan berpusat untuk mengembangkan dan mempromosikan perniagaan seseorang
- B. As a long- term mutual relationships development which benefits the customer
Sebagai sebuah pembangunan hubungan jangka panjang dan kelebihan bersama dengan pelanggan
- C. The development, design and implementation of marketing programme, process, and activities that recognizes breadth and interdependencies
Pembangunan, reka bentuk dan pelaksanaan program pemasaran, proses, dan aktiviti-aktiviti yang mengiktiraf keluasan dan saling satu sama lain
- D. Any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything
Sebarang perbuatan atau prestasi satu pihak boleh menawarkan kepada yang lain yang pada asasnya adalah tidak ketara dan tidak menyebabkan pemilikan apa-apa

CLO2
C1

25. Which of the following is the problem emerging from marketing research?
Yang manakah berikut adalah masalah yang timbul di dalam kajian pemasaran ?
- A. A wide conception of the research.
Konsep kajian yang luas
 - B. Good framing of the problems.
Pembentukan rangka kajian yang baik.
 - C. Inaccurate data
Data yang tidak tepat
 - D. Experienced interviewer
Penyelidik yang berpengalaman

CLO1
C1

23. The process of comparing the company's products and processes from the competitors or leading firms in other industries to find ways to improve quality and performance is known as _____
- Proses membandingkan produk syarikat dan proses-proses dari pesaing atau syarikat-syarikat terkemuka dalam industri lain untuk mendapatkan cara-cara untuk meningkatkan kualiti dan prestasi ialah _____.*
- A. benchmarking
pengkurtaraan
 - B. strategic group
kumpulan strategik
 - C. competitive forces
pendekatan persaingan
 - D. competitive equilibrium
keseimbangan persaingan

CLO2
C2

24. Which of the following forms personal interviewing in contact methods?
Yang manakah satu merupakan bentuk-bentuk temuduga di dalam kaedah hubungan?
- i. Individual
Individu
 - ii. Group
Kumpulan
 - iii. Pair
Pasangan
 - iv. Organization
organisasi
- A. i and ii
i dan ii
 - B. iii and iv
iii dan iv
 - C. i, ii and iii
i, ii dan iii
 - D. i, ii, iii and iv
i, ii, iii dan iv

- CLO1
C1 (c) List down **FOUR (4)** problems in marketing research. (4 marks)
Nyatakan EMPAT (4) masalah dalam penyelidikan pemasaran.
(4 markah)

QUESTION 3
SOALAN 3

- CLO2
C1 (a) Define green marketing. (4 marks)
Berikan definisi pemasaran hijau. (4markah)

- CLO2
C3 (b) Elaborate the following by giving a suitable example on the green marketing mix:-

i. Product
ii. Promotion
iii. Place (9 marks)

Huraikan dengan memberi satu contoh yang berkaitan dengan campuran pemasaran hijau di bawah :

- i. Produk
ii. Promosi
iii. Tempat (9markah)

- CLO2
C3 (c) Technology expansion has given great impact to marketing activities in a business.
Describe **FOUR (4)** effects of technology expansion towards marketing. (12 marks)
Perkembangan teknologi telah memberi impak yang besar terhadap aktiviti pemasaran dalam perniagaan.
Jelaskan EMPAT (4) kesan perkembangan teknologi terhadap pemasaran. (12 markah)

SOALAN TAMAT

SECTION B: 75 MARKS
BAHAGIAN B: 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 competitors. (4 marks)
Berikan definisi pesaing (4 markah)

- CLO1
C2 (b) It is very important for a company to know their competitors' objectives. Explain the statement above. (6 marks)
Ianya sangat penting bagi sesebuah syarikat untuk mengetahui objektif pesaing.
Terangkan pernyataan di atas. (6 markah)

- CLO1
C2 (c) Differentiate between the competitor-centered, customer-centered and market centered orientation. (15 markah)
Bandingkan di antara orientasi berpusatkan-pesaing, berpusatkan-pelanggan dan berpusatkan-pasaran. (15 markah)

QUESTION 2
SOALAN 2

- CLO1
C1 (a) Define marketing research. (3 marks)
Berikan definisi penyelidikan pemasaran. (3 markah)

- CLO1
C2 (b) Explain each step involved in marketing research. (18 marks)
Terangkan setiap langkah yang terlibat dalam penyelidikan pemasaran. (18 markah)