
BBMM 1103
PENGURUSAN PEMASARAN



CONTOH UJIAN 2

SEMESTER SEPTEMBER 2005

ARAHAN

- Terdapat **DUA (2)** soalan.
- Jawab **SATU (1)** soalan sahaja.

SOALAN 1

a) “Sistem maklumat pemasaran merupakan sistem bersepadu dan komprehensif yang terdiri daripada empat komponen penting yang saling melengkapi bagi menyediakan asas kukuh untuk organisasi membuat perancangan strategik. Bincangkan kenyataan ini.

(6 markah)

b) Terangkan secara ringkas perkara-perkara berikut:

i. **EMPAT (4)** persoalan perniagaan yang dijawab oleh pernyataan misi organisasi.

(2 markah)

ii. **EMPAT (4)** data berkaitan dengan populasi yang boleh digunakan oleh pemasar dalam memahami persekitaran demografik pasaran lampin pakai buang di Malaysia.

(2 markah)

- iii. **DUA (2)** isu berkaitan dengan persekitaran tabii yang memberi kesan terhadap aktiviti perniagaan di Malaysia.

(2 markah)

- c) Anda telah diminta membantu sebuah syarikat pengeluar motosikal berkuasa rendah tentang dua perkara dalam pelaksanaan penyelidikan pemasaran. Pihak pengurusan syarikat berkenaan telah meminta penjelasan anda tentang **TIGA (3)** pendekatan penyelidikan dan **DUA (2)** kategori instrumen penyelidikan yang boleh digunakan oleh syarikat berkenaan dalam melaksanakan kajian berkenaan. Terangkan secara ringkas tentang kedua-dua perkara berkenaan.

(8 markah)

[Jumlah: 15 markah]

SOALAN 2

- a) Analisis kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang (KLAP) merupakan instrumen paling popular digunakan oleh peniaga dalam menganalisis persekitaran perniagaan. Hal ini disebabkan oleh instrumen ini mudah digunakan serta bersifat sistematik dan komprehensif. Terangkan secara ringkas maksud analisis KLAP dan sejauh manakah persekitaran perniagaan dibezakan oleh instrumen ini bagi memudahkan pemarkar membuat perancangan strategik organisasi mereka.

(6 markah)

- b) Sejauh manakah kenyataan bahawa “pelan pemasaran merupakan proses perancangan strategik yang berorientasikan pemasaran” adalah benar? (Nota: Anda dikehendaki membanding antara proses penyediaan pelan pemasaran dengan proses pelaksanaan perancangan strategik pemasaran)

(8 markah)

- c) Terangkan secara ringkas mengenai perkara-perkara berikut:

- i. **EMPAT (4)** bentuk soalan tertutup yang boleh digunakan oleh pemarkar ketika melaksanakan kajian pasaran.

(2 markah)

- ii. Pengaruh persekitaran perundangan terhadap perniagaan kenderaan penumpang di Malaysia.

(2 markah)

- iii. **EMPAT (4)** kaedah komunikasi yang boleh digunakan oleh pemasar bagi mendapatkan maklumat daripada pengguna di Malaysia tentang kecenderungan dan minat mereka terhadap produk audio visual.

(2 markah)

[Jumlah: 15 markah]