

SULIT



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI**

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

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI II : 2023/2024

DPM40103: BUSINESS MARKETING

TARIKH : 29 MEI 2024

MASA : 8.30 PAGI – 10.30 PAGI (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **LIMA (5)** halaman bercetak.

Struktur (4 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

INSTRUCTION:

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

ARAHAN:

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

QUESTION 1**SOALAN 1**

- CLO1 (a) Define business marketing with relevant example.
Berikan definisi pemasaran perniagaan.
- [5 marks]
[5 markah]
- CLO1 (b) Business customers, also known as industrial customers, purchase products or services to use in the production of other products.
Explain **FOUR (4)** types of business customers.
*Pelanggan perniagaan, juga dikenali sebagai pelanggan industri, membeli produk atau perkhidmatan untuk digunakan dalam pengeluaran produk lain.
Terangkan **EMPAT (4)** jenis pelanggan perniagaan.*
- [10 marks]
[10 markah]
- CLO1 (c) Share **FOUR (4)** differences between business market and consumer market.
*Kongsikan **EMPAT (4)** perbezaan antara pasaran perniagaan dan pasaran pengguna.*
- [10 marks]
[10 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**

- CLO1 (a) Describe **TWO (2)** types of business purchases or buying situations.
*Jelaskan **DUA (2)** jenis pembelian perniagaan atau situasi pembelian.*
- [4 marks]
[4 markah]
- CLO1 (b) Elaborate the following models of organization buying behaviour.
- i. The Webster and Wind Model
 - ii. The Sheth Model
- Huraikan model gelagat pembelian organisasi berikut.*
- i. *Model Webster dan Wind*
 - ii. *Model Sheth*
- [6 marks]
[6 markah]
- CLO1 (c) Business performance can be improved by coordinating the purchasing management objectives with business strategies.
Share **FIVE (5)** buying objectives for business marketing.
Prestasi perniagaan dapat ditingkatkan dengan menyelaraskan objektif pengurusan pembelian dengan strategi perniagaan.
*Tunjukkan **LIMA (5)** objektif pembelian perkhidmatan perniagaan.*
- [15 marks]
[15 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**

- CLO1 (a) Define the marketing logistics.
Berikan definisi logistik pemasaran.
- [4 marks]
[4 markah]
- CLO1 (b) Explain the **TWO (2)** types of business middlemen below. Give an appropriate example for each intermediary.
- i. Manufacturer's representative
 - ii. Industrial distributor or dealer
- Terangkan **DUA (2)** jenis orang tengah berikut. Berikan contoh yang sesuai untuk setiap jenis orang tengah tersebut.*
- i. *Wakil pengeluar*
 - ii. *Pembekal atau pengagih industri*
- [6 marks]
[6 markah]
- CLO1 (c) Share **SIX (6)** functions and services performed by middlemen.
*Kongsikan **ENAM (6)** fungsi dan perkhidmatan yang dilakukan oleh orang tengah.*
- [15 marks]
[15 markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**

- CLO1 (a) State **FIVE (5)** types of sales organization.
Nyatakan LIMA (5) jenis organisasi jualan.
- [5 marks]
[5 markah]
- CLO1 (b) Discuss **FIVE (5)** steps involved in salesforce management.
Bincangkan LIMA (5) langkah-langkah yang terlibat dalam pengurusan tenaga jualan.
- [10 marks]
[10 markah]
- CLO1 (c) Demonstrate how a company can implements the pricing strategies below:
i. Penetration pricing
ii. Skimming pricing
Demonstrasikan bagaimana sebuah syarikat boleh melaksanakan strategi peletakkan harga berikut.
i. *Harga penembusan*
ii. *Harga skimming.*
- [10 marks]
[10 markah]

SOALAN TAMAT