

**SECTION A : 75 MARKS**  
**BAHAGIAN A : 75 MARKAH**

**INSTRUCTION:**

This section consists of **THREE (3)** structured questions. Answer **ALL** questions.

**ARAHAN :**

*Bahagian ini mengandungi TIGA (3) soalan berstruktur. Jawab SEMUA soalan.*

**QUESTION 1**

**SOALAN 1**

CLO1  
C1

- a) (i) Define marketing.  
*Definisikan pasaran.*

[5 marks]  
[5 markah]

- (ii) List **FIVE (5)** functions of marketing.  
*Senaraikan LIMA (5) fungsi-fungsi pasaran.*

[5 marks]  
[5 markah]

CLO1  
C1

- b) (i) List **FIVE (5)** importance of marketing research.  
*Senaraikan LIMA (5) kepentingan penyelidikan pasaran*

[5 marks]  
[5 markah]

- (ii) Identify **FIVE (5)** methods of primary data that can be obtained in a research approach.

*Kenalpasti LIMA (5) kaedah-kaedah data utama yang boleh diperolehi di dalam pendekatan penyelidikan.*

[10 marks]  
[10 markah]

**QUESTION 2****SOALAN 2**CLO1  
C1

- (a) Describe
- FIVE (5)**
- promotion mix.

*Terangkan LIMA (5) campuran promosi.*[10 marks]  
[10 markah]CLO1  
C1

- (b) (i) List the
- FIVE (5)**
- stages in a product life cycle (PLC).

*Senaraikan LIMA (5) peringkat-peringkat di dalam kitar hayat produk.*[5 marks]  
[5markah]

- (ii) Describe
- FIVE (5)**
- functions of distribution channels.

*Terangkan LIMA (5) fungsi-fungsi saluran pengedaran.*[10 marks]  
[10markah]

**QUESTION 3****SOALAN 3**CLO2  
C2

- (a) Describe the **FIVE (5)** Ds steps required for effective positioning.

*Terangkan **LIMA (5)** langkah-langkah 5Ds yang diperlukan bagi pemetakan pasaran yang efektif.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO2  
C3

- (b) A Marketing plan is a marketing strategic planning method that is most popular within an organization. **Interpret the following components** in a marketing plan.

*Pelan pemasaran adalah kaedah perancangan strategik pemasaran yang paling popular di dalam organisasi. **Tafsirkan komponen berikut** dalam pelan pemasaran.*

- i. Environmental analysis and forecasting  
*Analisis persekitaran dan peramalan*
- ii. Segmentation and targeting  
*Segmentasi dan penargetan*
- iii. Resources needed to support strategies and meet objectives  
*Sumber yang diperlukan bagi menyokong strategies dan mencapai objektif*

[15 marks]

[15 markah]

**SECTION B : 25 MARKS****BAHAGIAN B : 25 MARKAH****INSTRUCTION:**

This section consists of **TWO (2)** structured questions. Answer **ONE (1)** question **ONLY**.

**ARAHAN:**

*Bahagian ini mengandungi DUA (2) soalan berbentuk struktur. Jawab SATU (1) soalan SAHAJA.*

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

- (a) i) List **FIVE (5)** the advantages of advertising  
*Senaraikan LIMA (5) kebaikan pengiklanan*

[5 marks]  
[5 markah]

- ii) State **FIVE (5)** importance of branding  
*Nyatakan LIMA (5) kepentingan penjenamaan.*

[5 marks]  
[5 markah]

CLO1  
C2

- (b) i) List **FIVE (5)** communication methods that can be selected by a researcher.  
*Senaraikan LIMA (5) kaedah komunikasi yang boleh dipilih oleh penyelidik.*

[5 marks]  
[5 markah]

- ii) Identify **FIVE (5)** key requirements for good research information.  
*Kenalpasti LIMA (5) keperluan utama untuk maklumat penyelidikan yang baik.*

[10 marks]  
[10 markah]

**QUESTION 2****SOALAN 2**CLO2  
C2

- (a) Describe **FIVE (5)** market segmentation methods for tourism and hospitality products and services.

*Terangkan LIMA (5) segmentasi pasaran produk dan perkhidmatan untuk pelancongan dan hospitaliti.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO2  
C3

- (b) Many companies operate without any strategic plans. As a result, these companies are lacking of direction, as compared to those companies with formal plans.

- (i) As a marketing executive in a huge organization your team have to demonstrate **FIVE (5)** importance of marketing plans that companies will need when developing their marketing plans.

*Kebanyakan syarikat beroperasi tanpa mana-mana rancangan strategik.*

*Hasilnya, syarikat-syarikat ini kekurangan arah berbanding dengan syarikat-syarikat yang mempunyai perancangan baik.*

*Sebagai seorang eksekutif pemasaran di sebuah syarikat yang besar pasukan anda perlu menunjukkan LIMA (5) kepentingan pelan pemasaran yang diperlukan syarikat apabila membangunkan sebuah rancangan pemasaran.*

[10 marks]

[10markah]

CLO2  
C3

(ii) As a marketing manager in XYZ company, interpret marketing control components in their marketing plan.

*Sebagai pengurus pemasaran di Syarikat XYZ, tafsirkan komponen kawalan pemasaran di dalam pelan pemasaran .*

[5 marks]

[5 markah]

**SOALAN TAMAT**