

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) Identify **FIVE (5)** unique marketing approaches required in Tourism and Hospitality Industry.

Kenalpasti LIMA (5) pendekatan pemasaran unik yang diperlukan dalam Industri Pelancongan dan Hospitaliti.

[10 marks]
[10 markah]

CLO1
C1

- (b) (i) Describe **FOUR (4)** importances of marketing research in Tourism Marketing system.

Terangkan EMPAT (4) kepentingan penyelidikan pemasaran dalam Sistem Pemasaran Pelancongan.

[12 marks]
[12 markah]

- (ii) Define marketing research.

Definisi penyelidikan pemasaran.

[3 marks]
[3 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**CLO1
C1

(a) Relate **FIVE (5)** characteristics of service in Tourism and Hospitality Industry.

*Kaitkan **LIMA (5)** ciri-ciri perkhidmatan dalam Industri Pelancongan dan Hospitaliti.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO1
C1

(b) Identify **FIVE (5)** price regulations in pricing strategy with appropriate example.

*Kenal pasti **LIMA (5)** peraturan harga dalam strategi harga beserta contoh yang sesuai.*

[15 marks]

[15 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**CLO2
C2

- (a) (i) Describe market segmentation towards tourism and hospitality industry

Jelaskan segmentasi pasaran di dalam industri pelancongan dan hospitaliti

[2 marks]
[2 markah]

CLO2
C2

- (ii) Identify
- FOUR (4)**
- factors which determine the selection of market segment.

*Kenalpasti **EMPAT (4)** faktor yang menentukan pemilihan segmentasi pasaran.*

[8 marks]
[8 markah]

CLO2
C3

- (b) Marketing Plan is one of the most important documents developed by marketing department for the organization.

Relate **FIVE (5)** importance of marketing plan in order to maintain and developed successful strategies in the future at any organization.

Pelan pemasaran merupakan salah satu dokumen yang penting kepada pihak pengurusan sesebuah organisasi.

*Kaitkan **LIMA (5)** kepentingan pelan pemasaran untuk mengekalkan dan membangunkan strategi yang berjaya di masa hadapan untuk mana-mana organisasi.*

[15 marks]
[15 markah]

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

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

ARAHAN:

*Bahagian ini mengandungi **DUA (2)** soalan berstruktur. Jawab **SATU (1)** soalan sahaja.*

QUESTION 1**SOALAN 1**CLO1
C1

- (a) Identify
- FIVE (5)**
- importances of branding.

*Kenal pasti **LIMA (5)** kepentingan penjenamaan.*

[10 marks]
[10 markah]

CLO1
C2

- (b) (i) Explain
- FOUR (4)**
- marketing research processes.

*Terangkan **EMPAT (4)** proses penyelidikan pemasaran.*

[12 marks]
[12 markah]

- (ii) Identify
- THREE (3)**
- key requirements of goods research information.

*Kenalpasti **TIGA (3)** keperluan utama dalam penyelidikan maklumat barangan.*

[3 marks]
[3 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**CLO2
C2

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

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

[10 marks]
[10 markah]

CLO2
C3

- (b) Brahim's is a producer of food ready to eat for quick preparation of Malaysian cuisine like curry, asam pedas and many more. There are variety of cooking paste of Brahim's. The marketing objectives of the company were to provide high quality natural herbs, spices and other ingredients gives the most authentic and tasty meal and contribute to the consistent cooking result every time.

Brahim's adalah sebuah syarikat pengeluar makanan sedia makan yang cepat untuk persediaan masakan Malaysia seperti kari, asam pedas dan banyak lagi. Terdapat pelbagai pes masakan dari Brahim's. Objektif pemasaran adalah untuk menyediakan herba asli yang berkualiti tinggi, rempah ratus dan bahan-bahan tulen yang menyumbang kepada masakan yang konsisten setiap kali.

- i. As a marketing team in Brahim's company you have to guide your team members in develop marketing plan for this company. List **TEN (10)** steps in marketing plan development.

Sebagai rakan pemasaran di dalam syarikat Brahim's anda perlu memberi panduan kepada rakan-rakan lain dalam membangunkan rancangan pemasaran untuk syarikat. Senaraikan SEPULUH (10) langkah dalam pembangunan pelan pemasaran.

[10 marks]
[10 markah]

- ii. As a marketing executive in Brahim's apply **FIVE (5)** marketing control components in marketing plan.

*Sebagai seorang eksekutif pemasaran di Brahim's anda perlu mengaplikasikan **LIMA (5)** komponen kawalan pemasaran dalam rancangan pemasaran.*

[5 marks]
[5 markah]

SOALAN TAMAT