

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 struktur. Jawab SEMUA soalan

QUESTION 1**SOALAN 1**

CLO1
C1

(a) Define the terms below:

Berikan definisi bagi istilah-istilah di bawah:

i. Need
Keperluan

ii. Want
Kehendak

iii. Demand
Permintaan

iv. Market
Pasaran

v. Product
Produk

[10 marks]

[10 markah]

CLO1
C1

- (b) Communication method is one of the importance stages in a research plan. Describe **FIVE (5)** communication methods that can be choose by researcher to approach the respondent.

Kaedah Komunikasi merupakan salah satu fasa penting dalam pelan kajian.

*Terangkan **LIMA (5)** kaedah komunikasi yang boleh dipilih oleh pengkaji untuk mendekati pemberi maklumat.*

[15 marks]

[15 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**CLO1
C1

- (a) Identify **FIVE (5)** characteristics of tourism and hospitality product.

*Kenalpasti **LIMA (5)** ciri-ciri produk pelancongan dan hospitaliti.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO1
C1

- (b) Describe briefly **FIVE (5)** stages of the product life cycle.

*Terangkan secara ringkas **LIMA (5)** fasa kitaran hidup produk.*

[15 marks]

[15 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**CLO2
C2

- (a) Discuss **FIVE (5)** different approaches of positioning based on physical attributes.
Bincangkan LIMA (5) perbezaan pendekatan di dalam peletakan pasaran berdasarkan sifat fizikal.

[10 marks]

[10 markah]

CLO2
C3

- (b) Zufayri has been promoted as a new Senior Marketing Executive at Hazwan Travel and Tours. As a Senior Marketing Executive, he need to have strategic marketing planning applied in hotel. Explain **(5)** importance of marketing plan to accomplish specific marketing objective within a set time frame.

Zufayri telah dinaikkan pangkat sebagai Senior Eksekutif Pemasaran di Hazwan Travel and Tours. Sebagai Eksekutif Pemasaran Kanan, beliau perlu mempunyai pelan pemasaran yang strategik diaplikasikan di hote. elaskan LIMA (5) kepentingan pelan pemasaran dalam mencapai objektif pemasaran tertentu dalam tempoh masa yang ditetapkan.

[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 struktur. Jawab SATU (1) soalan sahaja

QUESTION 1**SOALAN 1**

- CLO1
C1
- (a) Sales promotion is designed to stimulate consumer purchasing. Identify **FIVE (5)** types of sales promotion tools.
Promosi jualan direka untuk merangsang pembelian pengguna. Kenalpasti LIMA (5) jenis alat promosi.
- [10 marks]
[10 markah]
- CLO1
C2
- (b) (i) Explain **FIVE (5)** importance of marketing research.
Terangkan LIMA (5) kepentingan kajian pemasaran.
- [5 marks]
[5 markah]
- CLO1
C2
- (ii) List **FIVE (5)** key requirements of good research information.
Senaraikan LIMA (5) keperluan utama dalam penyelidikan maklumat barangan
- [10 marks]
[10 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**CLO2
C2

- (a) Describe **FIVE (5)** market segmentation that can be used as segmentation for tourism and hospitality product or services.

Jelaskan LIMA (5) segmentasi pasaran yang boleh digunakan bagi produk atau perkhidmatan pelancongan dan hospitaliti.

[10 marks]

[10 markah]

CLO2
C3

- (b) (i) As a marketing member in an organization, apply **FIVE (5)** environmental analysis components in marketing plan.

Sebagai ahli pemasaran di dalam organisasi. Aplikasikan LIMA (5) komponen analisis persekitaran dalam pelan pemasaran

[5 marks]

[5 markah]

CLO2
C3

- (ii) A marketing plan should be developed with the input and assistance from members of the marketing department. List **TEN (10)** steps of marketing plan development.

Pelan pemasaran perlu dibangunkan dengan input dan bantuan dari ahli-ahli bahagian pemasaran. Senaraikan SEPULUH (10) langkah pembangunan pelan pemasaran.

[5 marks]

[5 markah]

SOALAN TAMAT