

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Kedua
Sidang 1995/96

April 1996

AMW341 - PENGURUSAN PEMASARAN

Masa: [3 jam]

ARAHAN

Sila pastikan kertas soalan ini mengandungi **EMPAT (4)** muka surat yang bercetak sebelum anda memulakan peperiksaan ini.

Jawab **EMPAT** soalan. Soalan 1 dan Soalan 2 adalah **WAJIB**. Pilih **DUA** soalan daripada Bahagian B.

Bahagian A (WAJIB)

Soalan 1

Baca petikan berita (Utusan Malaysia, 21 Feb. 1995) di muka surat 2 dengan teliti. Petikan berita ini ialah mengenai beberapa isu pengurusan pemasaran yang dihadapi PROTON-DRB dan EON.

(a) Senaraikan isu-isu pengurusan pemasaran yang terdapat dalam petikan berita tersebut.

[5 markah]

(b) Berdasarkan isu utama pengurusan pemasaran yang terdapat dalam petikan berita tersebut, cadang dan bincangkan **LIMA (5)** strategi pemasaran yang boleh dilaksanakan PROTON-DRB/EON untuk meningkatkan pemasaran kereta tersebut.

[35 markah]

Soalan 2

Pengukuran pasaran adalah penting untuk memastikan keputusan pemasaran yang tepat dibuat oleh pengurus. Bincangkan **EMPAT** jenis asas pengukuran pasaran yang boleh digunakan pengurus pemasaran.

[20 markah]

...2/-

Petikan Berita untuk Soalan 1.

Ambil alih edar Wira aeroback

KUALA LUMPUR 21 Feb. — Usahasama PROTON-DRB (USPD) akan mengambil alih pengedaran dan penjualan kereta nasional Proton Wira jenis aeroback yang kini dikendalikan oleh Edaran Otomobil Nasional (EON) mulai April ini.

Utusan difahamkan, langkah tersebut yang disifatkan drastik oleh beberapa wakil EON antara lain bertujuan membolehkan syarikat itu memberi tumpuan kepada pengedaran Proton Iswara dan Wira jenis sedan termasuk Proton Perdana yang dilancarkan pada Januari lalu.

Sumber-sumber memberitahu Utusan, USPD kini mengadakan perbincangan dengan PROTON mengenai kemungkinan membolehkan ia menjadi pengedar tunggal kereta Proton Wira yang diperkenalkan pada Oktober 1993.

Menurut sumber itu, hasil perbincangan terse-

but yang dimulakan awal bulan ini dijangka ketahui dalam masa beberapa minggu lagi.

Kata sumber itu, USPD mengemukakan permohonan untuk mengedar Proton Wira bagi membolehkan ia mempelbagaikan model kereta jualan dan mewujudkan pusat perkhidmatan secara serentak bagi kereta berkenaan dan Proton Satria.

USPD yang merupakan pengeluar dan pengedar utama kereta Proton Satria jenis tiga pintu adalah syarikat yang diwujudkan hasil kerjasama Diversified Resources Sdn. Bhd. (DRB), PROTON dan Erat Bakti Sdn. Bhd.

Sekiranya USPD mengambil alih hak pengedaran, pengeluaran kereta berkenaan masih dilakukan oleh PROTON.

Sementara itu, wakil EON ketika dihubungi memberitahu, EON yang menjadi pengedar tunggal sejak kereta nasional di-

perkenalkan pada tahun 1986, telah memaklumkan kesemua wakil pengedar bahawa kereta Wira tidak akan diperuntukkan mulai April ini.

Perkara tersebut dinyatakan menerusi surat mengeliling mengenai anggaran peruntukan yang dihantar baru-baru ini.

Lazimnya, EON akan memaklumkan wakil-wakil pengedarnya tentang anggaran peruntukan kereta setiap dua bulan sekali.

Membabitkan

Untuk tempoh tiga bulan pertama tahun ini, EON memperolehi peruntukan 10,000 unit kereta membabitkan semua model termasuk Proton Wira jenis aeroback.

Wakil EON itu berkata, EON bersedia untuk melepaskan hak pengedaran memandangkan Proton Wira aeroback kurang mendapat sambutan yang memberangsangkan ber-

banding dengan jenis sedan.

"Buat masa sekarang, setiap bulan, kami hanya dibekalkan satu atau dua unit kereta Wira Aeroback, bukan sahaja kerana kapasiti pengeluaran malah kerana permintaan yang rendah berbanding dengan kereta-kereta Proton jenis sedan.

Kata wakil tersebut, salah satu sebab kemungkinan disebabkan oleh harganya yang tidak 'menarik' berbanding dengan versi sedan.

Berdasarkan harga terbaru yang dikuatkuasakan mulai bulan lalu, model Wira aeroback 1.5 dijual pada harga RM52,747.88 manakala 1.6 manual (RM56,893.48) dan automatik (RM61,043.49).

Menurut wakil berkenaan, pihaknya juga telah menghentikan pengambilan tempahan baru melibatkan kereta jenis tersebut sejak awal bulan ini.

Sumber: Utusan Malaysia, 21 Feb. 1995.

Bahagian B

Jawab DUA (2) soalan sahaja.

Soalan 3

- (a) Apakah perbezaan di antara strategi pemasaran dan program pemasaran?
[5 markah]
- (b) Bincangkan penggunaan strategi permintaan "primer" dan strategi permintaan selektif dalam pengurusan pemasaran.
[15 markah]

Soalan 4

- (a) Istilah "BARU" dalam pembangunan produk baru boleh didefinisikan mengikut beberapa pendekatan. Huraikan.
[5 markah]
- (b) Senarai dan bincangkan langkah-langkah yang terdapat dalam proses pembangunan produk baru. Gunakan contoh yang sesuai.
[15 markah]

Soalan 5

"Program harga ialah program yang penting untuk memastikan pengurusan pemasaran yang berjaya". Bincangkan langkah-langkah asas yang perlu dilaksanakan untuk memilih program harga yang sesuai.
[20 markah]

Soalan 6

"Belanjawan digunakan untuk mengawal keberkesanan pengurusan pemasaran, dan rayuan jualan ialah elemen asas tawaran pemasaran yang akan dikomunikasikan oleh juru-jual kepada pengguna".

(a) Bincangkan faktor-faktor yang perlu diambil kira untuk merancang belanjawan promosi jualan.

[10 markah]

(b) Bincangkan rayuan-rayuan jualan yang boleh digunakan dalam program jualan dan pengedaran.

[10 markah]