

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Kedua
Sidang Akademik 1997/98

Februari 1998

AMP443 - STRATEGI PEMASARAN

Masa: [3 jam]

ARAHAN

Sila pastikan bahawa kertas peperiksaan ini mengandungi **DUA (2)** muka surat yang bercetak sebelum anda memulakan peperiksaan.

Jawab **TIGA (3)** soalan. Soalan 1 adalah **WAJIB** dan pilih **DUA (2)** soalan lain.

1. Organisasi yang *Market driven* memberi komitmen yang paling istimewa kepada pelanggan/pengguna. Di antara falsafah-falsafah organisasi yang *market driven* adalah seperti berikut:
 - (a) *Customers are first, employees second, shareholders third, and community fourth.*
 - (b) *The customer is at the top of the organisation chart.*
 - (c) *Love the customer more than the product.*
 - (b) *Our mission is to find needs and fill them, not make products and sell them.*

Kita tahu bahawa hanya *berorientasi pengguna* adalah penting tetapi tidak mencukupi untuk menjadi kompetitif dalam pasaran. Apakah dimensi pengurusan *market driven* yang dapat memberi keseimbangan di antara penjagaan pengguna dan persaingan? Kemukakan contoh-contoh dalam jawapan anda.

[50 markah]

...2/-

Pilih dan Jawab DUA (2) soalan sahaja.

2. Bincangkan konsep *positional theme* dan bagaimana ia dapat membantu dalam pembentukan strategi syarikat?

[25 markah]

3. Apakah elemen-elemen dalam kelebihan kompetitif (*Competitive Advantage*) yang perlu ada untuk membolehkan syarikat-syarikat mengekalkan kedudukan mereka dalam pasaran?

[25 markah]

4. Bagaimanakah syarikat-syarikat yang *market driven* mengcartakan arah baru dalam penawaran produk dan perkhidmatan kepada pasaran?

[25 markah]

---ooo000ooo---