Second Semester Examination
2016/2017 Academic Session

June 2017

CMT421 – E-Business Strategy, Architecture & Design
[Strategy, Seni Bina & Reka Bentuk E-Perniagaan]

Duration : 2 hours
[Masa : 2 jam]

INSTRUCTIONS TO CANDIDATE:
[ARAHAN KEPADA CALON:]

- Please ensure that this examination paper contains **THREE** questions in **SEVEN** printed pages before you begin the examination.

  *[Sila pastikan bahawa kertas peperiksaan ini mengandungi **TIGA** soalan di dalam **TUJUH** muka surat yang bercetak sebelum anda memulakan peperiksaan ini.]*

- Answer **ALL** questions.

  *[Jawab **SEMUA** soalan.]*

- You may answer the questions either in English or in Bahasa Malaysia.

  [Anda dibenarkan menjawab soalan sama ada dalam bahasa Inggeris atau bahasa Malaysia.]

- In the event of any discrepancies, the English version shall be used.

  [Sekiranya terdapat sebarang percanggahan pada soalan peperiksaan, versi bahasa Inggeris hendaklah diguna pakai.]

1. (a) Do you agree or disagree with the following statement? Explain your reasoning.

"Television viewers are passive viewers of advertisement, while Internet users take an active role in choosing what to look. Therefore, customers on the Internet are tougher for businesses to reach."

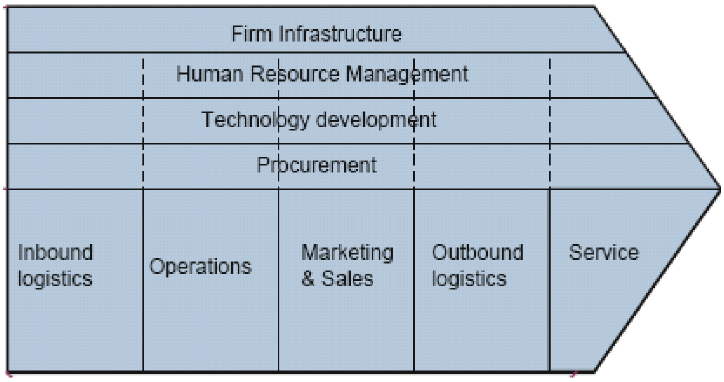
Adakah anda setuju atau tidak dengan kenyataan berikut? Terangkan alasan anda.

"Penonton televisyen adalah penonton iklan yang pasif, manakala pengguna Internet mengambil peranan aktif dalam memilih apa yang hendak dicari. Oleh itu, adalah lebih sukar bagi perniagaan untuk mencapai pelanggan di Internet."

(25/100)

(b) Explain the value chain model below.

Terangkan model rantaian nilai di bawah.



(25/100)

(c) If the above diagram in 1(b) belongs to a manufacturing company producing canned food for export, discuss **TWO** (**2**) opportunities within the supply chain where e-commerce can be applied to improve operation efficiency.

*Jika rajah di atas dalam 1(b) milik sebuah syarikat pembuatan yang mengeluarkan makanan dalam tin untuk eksport, bincangkan **DUA** (**2**) peluang dalam rantaian bekalan di mana e-dagang boleh digunakan untuk membantu meningkatkan kecekapan.*

(25/100)

(d) Explain how a company develop strategy. Your explanation should begin with the company's mission and vision.

Terangkan bagaimana sebuah syarikat membangunkan strategi. Penerangan anda harus bermula dengan misi dan visi syarikat.

(25/100)

2. You are the marketing manager at Gamopa, a leading Malaysian company selling health and beauty products. Meanwhile, Delight is the closest rival of Gamopa in the industry. Out of 200 industry players, Gamopa and Delight are the top 2 brands. Recently, Delight launched a new health supplement targeting working mothers and have campaigned aggressively in the social media. Gamopa too is planning to launch similar product and your task is to start a social media campaign to counter Delight's campaign.

Anda adalah pengurus pemasaran di Gamopa, sebuah syarikat terkemuka di Malaysia yang menjual produk kesihatan dan kecantikan. Sementara itu, Delight adalah saingan yang paling dekat untuk Gamopa dalam industri. Daripada 200 peserta industri, Gamopa dan Delight berada di dua tangga teratas. Baru-baru ini, Delight melancarkan suplemen kesihatan yang baru menyasarkan ibu bekerja dan telah berkempen secara agresif dalam media sosial. Gamopa juga merancang untuk melancar produk yang sama dan tugas anda adalah untuk memulakan kempen media sosial untuk menangkis kempen Delight.

(a) Assuming Delight used Facebook for their campaign, identify **THREE** (**3**) types of data in Facebook that you can learn and leverage on. Explain why.

*Andai kata Delight menggunakan Facebook untuk kempen mereka, kenal pasti **TIGA** (**3**) jenis data dalam Facebook yang anda boleh belajar dan dimanfaatkan untuk analisis anda. Terangkan jawapan anda.*

(30/100)

(b) Explain how you make use of the data identified in (a) to gain competitive insight of Delight.

Terangkan bagaimana anda menggunakan data yang dikenal pasti dalam (a) untuk mendapatkan wawasan persaingan untuk Delight.

(30/100)

(c) One of the goals of your marketing campaign is to get more followers than Delight. Explain **FOUR (4)** techniques to get more followers.

*Salah satu matlamat kempen pemasaran anda adalah untuk mendapatkan lebih ramai pengikut daripada Delight. Terangkan **EMPAT (4)** teknik untuk mendapat lebih ramai pengikut.*

(20/100)

(d) Suggest a 'thinly veiled' advertisement or event that Gamopa can organise in order to increase brand awareness.

Cadangkan satu iklan atau acara 'berselindung' yang Gamopa boleh anjurkan untuk meningkatkan kesedaran jenama.

(20/100)

3. In Kepala Batas, SPU (population around 50,000), advertisement catalogues are distributed to promote local businesses in providing products and services to the community. There are over 100 businesses and around 300 products and services in the catalogue that is published quarterly. A sample of the catalogue is shown below.

Di Kepala Batas, SPU (bilangan penduduk sekitar 50,000), katalog iklan diagihkan untuk mempromosikan perniagaan tempatan yang menyediakan produk dan perkhidmatan kepada masyarakat sekitar. Terdapat lebih 100 perniagaan dan kira-kira 300 produk dan perkhidmatan di dalam katalog yang diterbitkan setiap suku tahun. Satu sampel katalog ditunjukkan di bawah.

Supposed you have been hired to design and develop an e-commerce marketplace for Kepala Batas local community businesses (over 100 of them with around 300 products/services in the catalogue) to complement the physical catalogues, to improve on the transaction process from offline to online, and to provide better customer relationship management, among other things. Answer the following questions based on this scenario.

Andaikan anda telah diupah untuk mereka bentuk dan membangunkan pasaran e-dagang bagi perniagaan masyarakat setempat di Kepala Batas (lebih 100 perniagaan dengan kira-kira 300 produk/ perkhidmatan di dalam katalog) antara lainnya untuk melengkapkan katalog fizikal, memperbaiki proses transaksi daripada luar-talian ke dalam-talian, dan untuk menyediakan pengurusan perhubungan pelanggan yang lebih baik. Jawab soalan-soalan berikut berdasarkan senario ini.

(a) (i) Outline or draw a suitable architecture for the servers that will be needed for the Kepala Batas community e-marketplace. Your employer already has a catalogue server that contains information about every participating businesses in the area and what products or services that they offer.

Rangkakan atau lukiskan seni bina yang sesuai untuk pelayan yang akan diperlukan bagi e-pasaran masyarakat Kepala Batas. Majikan anda sudah mempunyai pelayan katalog yang mengandungi maklumat mengenai setiap perniagaan yang mengambil bahagian di kawasan tersebut dan apa produk atau perkhidmatan yang mereka tawarkan.

(15/200)

(ii) What type of architecture (2-tier, 3-tier, or n-tier) would work best? Why?

Apakah jenis seni bina (2-tier, 3-tier, atau n-tier) yang terbaik? Kenapa?

(15/200)

(b) Your employer has decided NOT to run web hosting of Kepala Batas e-marketplace in-house, and is contemplating whether to use shared hosting or dedicated hosting as offered by the web hosting service provider.

Majikan anda telah membuat keputusan untuk TIDAK menjalankan "web hosting" dalaman bagi e-pasaran Kepala Batas dan sedang mempertimbangkan sama ada akan menggunakan hos berkongsi atau host berdedikasi seperti yang ditawarkan oleh pembekal perkhidmatan "web hosting".

(i) Briefly explain the difference between the two types of hosting.

Terangkan secara ringkas perbezaan di antara kedua-dua jenis hos.

(20/200)

(ii) Propose to your boss which one to use and explain why.

Cadangkan kepada majikan anda jenis hos mana akan digunakan dan terangkan mengapa.

(20/200)

(c) Electronic commerce software must summarise sales and shipments. Explain how Kepala Batas e-marketplace software can accomplish this task.

Perisian perdagangan elektronik mestilah meringkaskan jualan dan penghantaran. Terangkan bagaimana perisian e-pasaran Kepala Batas boleh menyempurnakan tugas ini.

(20/200)

(d) Kepala Batas e-marketplace owner has decided to keep track of its users via cookies: session cookies and persistent cookies.

Pemilik e-pasaran Kepala Batas telah memutuskan untuk mengesan pengguna-penggunanya melalui “cookies”: "cookies" sesi dan "cookies" berterusan.

(i) Explain the difference between the two cookies.

Terangkan perbezaan di antara kedua-dua "cookies".

(20/200)

(ii) Be sure to also include how each type of cookie is used in the e-marketplace.

Pastikan anda jelaskan juga bagaimana setiap jenis cookie digunakan dalam e-pasaran tersebut.

(20/200)

(e) Payments for purchases via Kepala Batas e-marketplace can be made in various ways. Other than direct debit or online fund transfer, several types of payment card can also be used. Describe the differences in payment processing between any **TWO** types of payment card.

*Pembayaran untuk pembelian melalui e-pasaran Kepala Batas boleh dibuat melalui pelbagai cara. Selain daripada debit langsung atau pemindahan wang dalam talian, beberapa jenis kad pembayaran juga boleh digunakan. Huraikan perbezaan dalam pemprosesan pembayaran antara mana-mana **DUA** jenis kad pembayaran.*

(30/200)

(f) Your employer thinks that the company has a right to use customer information that the e-marketplace collects (unless the customer objects explicitly).

Majikan anda berpendapat bahawa syarikatnya mempunyai hak untuk menggunakan maklumat pelanggan yang dikumpul oleh e-pasaran tersebut (kecuali pelanggan membantah dengan jelas).

(i) Outline your arguments to counter his/her opinion.

Rangkakan hujah anda untuk menangkis pendapat beliau.

(15/200)

(ii) Propose an alternative guideline based on your arguments.

Cadangkan suatu garis panduan alternatif berdasarkan hujah-hujah anda.

(15/200)

(iii) What can be done by Kepala Batas e-marketplace customers who feel that their personal data have been processed in breach of any provision of the Personal Data Protection Act (PDPA 2010 / Act 709)?

Apakah yang boleh dilakukan oleh pelanggan e-pasaran Kepala Batas yang merasakan bahawa data peribadi mereka telah diproses melanggar sebarang peruntukan Akta Perlindungan Data Peribadi (PDPA 2010 / Akta 709).

(10/200)

- oooOooo -