

- 

36 Agensi kerajaan manakah **TP1** yang boleh membantu pengeluaran tempatan meng-eksport produk ke pasaran antarabangsa?

- A MARA
- B SIRIM
- C SMIDEC
- D MATRADE

37 Apakah maksud strategi **TP1** pembangunan pasaran?

- A Mencari pasaran baharu untuk produk sedia ada
- B Mempelbagai produk syarikat untuk meningkatkan jualan
- C Memperkenalkan produk baharu kepada pasaran sedia ada
- D Memperkenalkan produk sedia ada kepada pasaran baharu

38 Penjanaaan idea produk baharu **TP1** boleh dibuat berdasarkan dua jenis sumber.

Apakah sumber berkenaan?

	Sumber I	Sumber II
A	Dalaman	Luaran
B	Pesaing	Pembekal
C	Pengedar	Pesaing
D	Pembekal	Pengedar

39 Antara yang berikut, sumber **TP1** manakah yang dikategorikan sebagai sumber luaran semasa menjana idea baharu produk?

- I Pembekal
- II Pelanggan
- III Kakitangan khidmat pelanggan
- IV Penyelidikan dan pembangunan
- A I dan II
- B I dan III
- C I dan IV
- D III dan IV

40 Antara yang berikut, **TP4** bahagian fungsian manakah yang terlibat secara langsung dalam perancangan dan pembangunan produk baharu dalam organisasi?

- I Pemasaran
- II Pentadbiran
- III Pengagihan
- IV Penyelidikan dan pembangunan
- A I dan II C I dan IV
- B I dan III D III dan IV

41 Mengapakah ujian pema- **TP3** saran penting dalam pem- bangunan produk baharu?

- A Dapat mengenal pasti cita rasa bakal pengguna
- B Memastikan penerimaan produk baharu oleh pengguna
- C Memastikan mutu produk memenuhi piawaian yang ditetapkan
- D Untuk memastikan strategi pemasaran memenuhi objektif syarikat

Penggunaan Teknologi Maklumat dan Komunikasi (ICT)

42 Maklumat di bawah ini ber- kaitan dengan penggunaan teknologi maklumat dan komunikasi.

Belakangan ini, semakin banyak perniagaan meng- gunakan laman sosial untuk mengiklankan produk mereka.

Apakah matlamat perniagaan berbuat demikian?

- A Untuk mencari pelanggan baharu
- B Untuk melakukan pro- mosi jualan
- C Untuk meningkatkan jualan dan keuntungan
- D Untuk meluaskan rang- kaian rakan perniagaan

43 Bagaimanakah penggunaan **TP4** teknologi maklumat mem- bantu peniaga?

- A Peniaga dapat memproses data jualan dengan segera
- B Peniaga boleh melakukan aktiviti kewangan dengan lebih berkesan
- C Perniagaan boleh dijalankan secara cekap dan berkesan untuk mencapai matlamat
- D Peniaga boleh berhubung dengan pembekal dan pelanggan dengan serta merta

Perkaitan antara Bahagian Fungsian dengan Organisasi Luar, Aliran Maklumat, dan Aliran Barang

44 Mengapakah syarikat insurans **TP5** melantik ejen untuk berin- teraksi dengan pelanggan?

- A Untuk mempengaruhi pe- langgan membeli produk
- B Untuk menjalin kerjasama strategik dengan pelanggan
- C Untuk mengukuhkan hubungan baik dengan pelanggan
- D Untuk mewujudkan jari- ngan perniagaan dengan pelanggan

45 Bagaimanakah interaksi **TP4** dengan pihak bank mem- bantu perniagaan mengatasi masalah operasi pengeluaran?

- A Mengatasi masalah keku- rangan modal kerja
- B Memudahkan urusan pembayaran perniagaan
- C Memudahkan penyimpa- nan wang dengan selamat
- D Memudahkan perniagaan melakukan pembayaran gaji

46 Maklumat yang berikut berkaitan unsur dalam proses komunikasi.

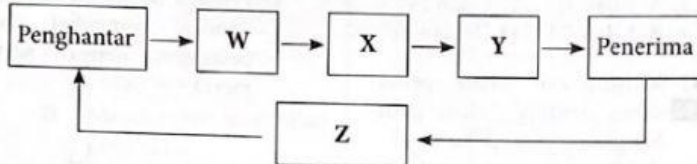
- X penting untuk mengukur tahap keberkesanan proses komunikasi
- X boleh terdiri daripada tulisan, kata, atau isyarat badan

Apakah unsur X?

- A Enkod
B Dekod
C Saluran
D Maklum balas

47 Rajah di bawah ini menunjukkan proses komunikasi.

TP1



Apakah unsur W, X, Y, dan Z?

	W	X	Y	Z
A	Maklum balas	Dekod	Saluran	Enkod
B	Dekod	Saluran	Enkod	Maklum balas
C	Saluran	Enkod	Maklum balas	Dekod
D	Enkod	Saluran	Dekod	Maklum balas

48 Apakah peranan katalog dalam sesuatu proses aliran barang dan perkhidmatan?

- A Membolehkan penjual menerima pesanan belian daripada pengguna
B Membolehkan penjual memujuk pengguna membuat keputusan pembelian
C Membolehkan pembekal bahan mentah menuntut bayaran daripada penge-luar
D Membolehkan pengguna mengetahui maklumat barang yang ditawarkan penjual