

Academic

UMPSA perkasa kompetensi pemasaran Era AI menerusi World Marketing Summit Malaysia 2026

27 November 2026



Delegasi pelajar dan pensyarah FPI di World Marketing Summit Malaysia 2026

KUALA LUMPUR, 5 November 2026 – Fakulti Pengurusan Industri (FPI), Universiti Malaysia Pahang Al-Sultan Abdullah (UMPSA) terus memperkukuh kompetensi pelajar dan pensyarah dalam bidang pemasaran digital dan kecerdasan buatan (AI) melalui penyertaan dalam World Marketing Summit (WMS) Malaysia 2026 yang berlangsung pada 4 hingga 5 November 2026 di Kuala Lumpur Convention Centre (KLCC).

Penyertaan ini melibatkan 20 pelajar FPI, terdiri daripada 13 pelajar prasiswazah dan tujuh pelajar pascasiswazah, iaitu enam pelajar Sarjana dan seorang pelajar Doktor Falsafah (PhD).

Delegasi turut disertai dua pensyarah FPI, Dr. Rusnifaezah Musa dan Dr. Khairunnisa Abdul Aziz.

Bertemakan ‘*New Age Technology, WMS Malaysia 2026’* menghimpunkan tokoh akademik, pakar pemasaran, pemimpin korporat dan pengamal industri dari dalam serta luar negara untuk membincangkan perkembangan AI, transformasi digital, strategi penjenamaan, pengalaman pelanggan dan pertumbuhan perniagaan.

Antara tokoh antarabangsa yang diketengahkan ialah Prof. Philip Kotler, yang dikenali sebagai Bapa Pemasaran Moden; Sadia Kibria, Presiden dan Ketua Pegawai Eksekutif Global Kotler Impact Inc.;

Profesor Christian Farioli, pakar AI; serta Dr. Martha Rogers, tokoh dalam bidang pengurusan hubungan dan pengalaman pelanggan. Sebahagian perkongsian antarabangsa disampaikan menerusi video atau rakaman.

Persidangan turut menampilkan tokoh tempatan termasuk Datuk Dr. Faridah Hanim Haron, Presiden Kotler Impact Asia; Profesor (Adj.) Haji Adam Richman, Pengasas dan Ketua Pegawai Eksekutif KNKV Group; Tan Sri Syed Zainal Abidin Syed Mohamed Tahir, Pengerusi Dagang NeXchange Berhad (DNeX); dan May Ling Chan daripada CelcomDigi.

Antara pengisian yang relevan ialah sesi *'Scaling Demand: Building Marketing Systems'* oleh Profesor (Adj.) Haji Adam Richman, yang membincangkan pembangunan sistem pemasaran berstruktur untuk menyokong pertumbuhan perniagaan.

Perbincangan lain merangkumi aplikasi AI, strategi berasaskan data, pembinaan kepercayaan pelanggan dan kepentingan pendekatan pemasaran berpusatkan manusia.

Bagi pelajar FPI daripada program Pengurusan Teknologi Industri, Teknologi Kewangan, Analitik Perniagaan, Pengurusan Projek, Kejuruteraan Perniagaan serta program pascasiswazah, pengalaman ini membuka peluang menghubungkan teori dengan amalan industri, membina jaringan profesional dan memperkukuh pemikiran strategik.


WORLD
MARKETING
SUMMIT

Pensyarah FPI bersama peserta dan wakil industri di ruang persidangan

Penyertaan *WMS Malaysia 2026* turut menjadi platform pembangunan profesional pensyarah untuk mendapatkan input terkini daripada pakar antarabangsa dan tempatan serta pemain industri yang terlibat dalam transformasi pemasaran berasaskan AI.

Menurut Dr. Rusnifaezah, perkembangan AI telah mengubah cara organisasi merancang, melaksanakan dan menilai strategi pemasaran.

“Sehubungan itu, kandungan pengajaran perlu terus diperkukuh supaya kekal relevan dengan keperluan industri.

“Penyertaan dalam *WMS Malaysia 2026* memberikan peluang kepada kami untuk memperoleh pengetahuan dan perspektif terkini daripada pakar pemasaran serta pemain industri mengenai aplikasi AI dalam pembangunan strategi pemasaran, analisis pasaran, pengurusan pelanggan dan pertumbuhan perniagaan.”

“Input yang diperoleh akan dimanfaatkan untuk memperkukuh pengajaran kursus *Principles of Marketing* bagi pelajar prasiswazah serta Strategic Marketing and Entrepreneurship bagi pelajar pascasiswazah.

“Kami mahu pelajar memahami teori dan pada masa yang sama berupaya mengaplikasikan AI dalam menyelesaikan cabaran sebenar perniagaan,” katanya.

Antara aspek yang akan diberikan perhatian termasuk penggunaan AI dalam penyelidikan dan analisis pasaran, segmentasi pelanggan, pembangunan kandungan pemasaran digital, strategi penjenamaan, pemahaman tingkah laku pengguna serta keputusan pemasaran berasaskan data.

Input persidangan juga akan diterjemahkan melalui kajian kes industri, aktiviti pembelajaran berasaskan masalah dan tugasan yang menggalakkan penggunaan AI secara kritis, kreatif dan beretika.

Dr. Khairunnisa Abdul Aziz turut melihat pendedahan kepada kepakaran industri sebagai peluang memperkukuh hubungan antara teori akademik dengan aplikasi praktikal, khususnya dalam menghadapi perubahan landskap pemasaran dan keusahawanan.

Secara keseluruhannya, penyertaan ini mencerminkan komitmen FPI untuk memperkasakan pembelajaran berasaskan pengalaman industri, meningkatkan kompetensi pensyarah dan menyediakan graduan dengan kemahiran digital, daya inovasi serta pemikiran strategik yang relevan dengan keperluan semasa.



Suasana bersama delegasi FPI di lokasi persidangan

Peserta FPI mengikuti sesi persidangan di auditorium.



Interaksi tidak formal antara pensyarah dan pelajar



Sesi bergambar bersama delegasi dan tetamu persidangan



Paparan sesi Scaling Demand: Building Marketing Systems oleh Profesor (Adj.) Haji Adam Richman

Disediakan Oleh: Dr. Rusnifaezah Musa Dan Dr. Khairunnisa Abdul Aziz, Fakulti Pengurusan Industri

- 27 views

View PDF