

SULIT



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI**

**BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI**

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI II : 2022/2023

DPM10013: PRINCIPLES OF MARKETING

TARIKH : 06 JUN 2023

MASA : 2.30 PM – 4.30 PM (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **LIMA (5)** halaman bercetak.

Struktur (4 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

SULIT

SECTION A: 100 MARKS
BAHAGIAN A: 100 MARKAH

INSTRUCTION:

This section consists of **FOUR (4)** structure questions. Answer **ALL** questions.

ARAHAN :

Bahagian ini mengandungi EMPAT (4) soalan struktur. Jawab SEMUA soalan.

QUESTION 1

SOALAN 1

- CLO1 (a) Describe **FIVE (5)** marketing management philosophies that need to be practiced by organisation in order to fulfill consumer needs.

Huraikan LIMA (5) falsafah pengurusan pemasaran yang perlu diamalkan oleh organisasi bagi memenuhi keperluan pengguna.

[10 marks]

[10 markah]

- CLO1 (b) Discuss **TWO (2)** major bases for segmenting consumer market with suitable examples.

Bincangkan DUA (2) asas utama untuk membahagikan pasaran pengguna dengan contoh yang sesuai.

[6 marks]

[6 markah]

- CLO1 (c) Explain **THREE (3)** basic categories in a target marketing strategy.

Terangkan TIGA (3) kategori asas dalam strategi pemasaran sasaran.

[9 marks]

[9 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**

- CLO2 (a)(i) The marketing environment includes all the actors and forces influencing the company's ability to transact business effectively with its target market. Define microenvironment and macroenvironment.

Persekitaran pemasaran merangkumi semua aktor dan kuasa yang mempengaruhi kemampuan syarikat untuk menjalankan perniagaan secara berkesan dengan pasaran sasarannya. Takrifkan persekitaran mikro dan persekitaran makro.

[5 marks]

[5 markah]

- (ii) The marketing environment is made up of a microenvironment and macroenvironment. Describe any **FIVE (5)** elements of macroenvironment.

*Persekitaran pemasaran terdiri daripada persekitaran mikro dan makro. Huraikan mana-mana **LIMA (5)** elemen dalam persekitaran makro.*

[10 marks]

[10 markah]

- CLO2 (b) Discuss the characteristics of consumer markets and business markets with suitable examples.

i. Types of decisions and decision process

ii. Marketing Mix

Bincangkan ciri-ciri pasaran pengguna dan pasaran perniagaan dengan memberikan contoh yang sesuai.

i. Jenis keputusan dan proses membuat keputusan

ii. Campuran Pemasaran

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**

- CLO2 (a) Explain **FOUR (4)** Product Live Cycle (PLC) stages to assist businesses in managing risks when introducing new products.

Terangkan EMPAT (4) peringkat Kitaran Hayat Produk (PLC) untuk membantu perniagaan menguruskan risiko apabila memperkenalkan produk baharu.

[10 marks]

[10 markah]

- CLO2 (b) Price is the sum of the values that consumers exchange for the benefits of having or using the product or service. Therefore, with suitable example write **THREE (3)** major pricing strategies.

Harga ialah jumlah nilai yang ditukar oleh pengguna untuk faedah memiliki atau menggunakan produk atau perkhidmatan. Oleh itu, besertakan contoh yang sesuai tuliskan TIGA (3) strategi utama dalam perletakan harga.

[6 marks]

[6 markah]

- CLO2 (c) Mawar Rosa Sdn. Bhd. is a company in cosmetic product industry. The company plans to develop compact powders as a new product. Prepare **ONE (1)** pricing strategies for this new product, along with appropriate examples.

Mawar Rosa Sdn. Bhd. adalah sebuah syarikat yang berada dalam industri produk komestik. Mereka merancang untuk membangunkan produk baru iaitu bedak kompek. Sediakan SATU (1) strategi harga bagi produk baru ini, beserta contoh yang bersesuaian.

[9 marks]

[9 markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**

- CLO2 (a) Discuss **FOUR (4)** functions of marketing channel with suitable examples.
Bincangkan EMPAT (4) fungsi saluran pemasaran dengan contoh bersesuaian.

[10 marks]

[10 markah]

- CLO2 (b) Shariq Arfan Kids Store has launched new clothes for kids. As a marketing officer, you are required by your manager to develop a suitable marketing communication mix for this product. Relate your explanation of **FIVE (5)** marketing communication mix tools with the product.

Shariq Arfan kids store telah melancarkan satu set baru iaitu pakaian untuk kanak-kanak. Sebagai seorang pegawai pemasaran kedai tersebut, anda dikehendaki oleh pengurus untuk membangunkan campuran komunikasi pemasaran yang bersesuaian dengan produk tersebut. Kaitkan penerangan anda tentang LIMA (5) alat-alat campuran komunikasi pemasaran dengan produk tersebut.

[15 marks]

[15 markah]

END OF QUESTIONS