

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 I : 2023/2024

DPM10013: PRINCIPLE OF MARKETING

TARIKH : 31 DISEMBER 2023

MASA : 8.30 PAGI – 10.30 PAGI(2 JAM)

Kertas ini mengandungi **LIMA (5)** halaman bercetak.
Struktur (4 soalan)

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

SECTION A : 100 MARKS**BAHAGIAN A : 100 MARKAH****INSTRUCTION:**

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

ARAHAN:

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

QUESTION 1**SOALAN 1**

CLO1

- (a) i. List **FIVE (5)** marketing management philosophies.

Senaraikan LIMA (5) falsafah pengurusan pemasaran.

[5 marks]

[5 markah]

- ii. Define product and service with suitable examples.

Definisikan produk dan perkhidmatan dengan contoh bersesuaian.

[5 marks]

[5 markah]

CLO1

- (b) Explain **TWO (2)** major bases for consumer market segmentation.

Terangkan DUA (2) asas utama untuk segmentasi pasaran pengguna.

[6 marks]

[6 markah]

CLO1

- (c) Discuss **THREE (3)** target marketing strategies.

Bincangkan TIGA (3) strategi pemasaran sasaran.

[9marks]

[9 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

CLO2

- (a) The marketing environment of a company consists of factors and external marketing force that affect the management ability to build and maintain successful relationships with target customers.

Persekitaran pemasaran syarikat terdiri daripada faktor dan kuasa luar pemasaran yang mempengaruhi keupayaan pengurusan untuk membina dan mengekalkan hubungan yang berjaya dengan pelanggan sasaran.

- i. List **FIVE (5)** company's micro environment.

*Senaraikan **LIMA (5)** persekitaran mikro syarikat.*

[5 marks]

[5 markah]

- ii. Identify **FIVE (5)** company's macro environment that affect the company's ability to serve its customer.

*Kenal pasti **LIMA (5)** persekitaran makro syarikat yang mempengaruhi keupayaan syarikat untuk melayani pelanggannya.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO2

- (b) Explain **FIVE (5)** differences between consumer market and business market.

*Terangkan **LIMA (5)** perbezaan antara pasaran pengguna dan pasaran perniagaan.*

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 3

SOALAN 3

- CLO2 (a) Explain **FOUR (4)** consumer product classification.
Terangkan EMPAT (4) klasifikasi produk pengguna.
[10 marks]
[10 markah]
- CLO2 (b) Lazat Sedap Sdn. Bhd. is a food manufacturing company. It will release new products in the near future. Prepare **TWO (2)** new pricing strategies with appropriate examples for this product.
Lazat Sedap Sdn. Bhd. ialah sebuah syarikat pengeluar makanan. Mereka akan mengeluarkan produk baharu pada masa terdekat. Sediakan DUA (2) strategi harga baru beserta contoh yang bersesuaian untuk produk ini.
[6 marks]
[6 markah]
- CLO2 (c) Price is crucial because it generates revenue to a company. Setting the right price is critical to marketer. Prepare **THREE (3)** product mix pricing strategies.
Harga sangat penting kepada syarikat kerana ia membawa hasil kepada syarikat. Menetapkan harga yang betul adalah kritikal kepada pemarkar. Sediakan TIGA (3) strategi harga campuran produk.
[9 marks]
[9 markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**

CLO2

- (a) Explain **FIVE (5)** functions of marketing channel.

Terangkan LIMA (5) fungsi saluran pemasaran.

[10 marks]

[10 markah]

CLO2

- (b) You are appointed as a marketing officer and responsible for promoting a new theme park in Malacca. Apply **FIVE (5)** suitable sale promotion tools to promote the theme park.

Anda telah dilantik sebagai pegawai pemasaran dan bertanggungjawab untuk mempromosikan sebuah taman tema baru di Melaka. Aplikasi LIMA (5) alat promosi jualan yang sesuai bagi mempromosikan taman tema tersebut.

[15 marks]

[15 markah]

SOALAN TAMAT