

**SULIT**



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

**JABATAN PERDAGANGAN**

**PEPERIKSAAN AKHIR**

**SESI I : 2022/2023**

**DPM10013: PRINCIPLES OF MARKETING**

**TARIKH : 27 DISEMBER 2022**

**MASA : 2.30 PM - 4.30 PM (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)

**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 berstruktur. Jawab **SEMUA** soalan.*

**QUESTION 1****SOALAN 1**

CLO1  
C1

- a) Identify **FIVE (5)** marketing management philosophies used to build profitable relationships with target customers.

*Kenalpasti **LIMA (5)** falsafah pengurusan pemasaran yang digunakan untuk membina hubungan yang baik dengan pelanggan sasaran.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO1  
C2

- b) Explain **THREE (3)** major segmentation variables for the consumer market with suitable examples.

*Terangkan **TIGA (3)** pembolehubah segmentasi utama bagi pasaran pengguna dengan contoh yang sesuai.*

[15 marks]

[15 markah]

**QUESTION 2****SOALAN 2**CLO2  
C1

- a) The marketing environment is made up of a micro environment and macro environment.

Describe any **FIVE (5)** elements of the macro environment.

*Persekitaran pemasaran terdiri daripada persekitaran mikro and makro.*

*Huraikan mana-mana **LIMA (5)** elemen dalam persekitaran makro.*

[15 marks]

[15 markah]

CLO2  
C2

- b) Compare the characteristics between consumer market and business market in the following categories:

- i. Number of buyers
- ii. Purchase orientation
- iii. Number of decision maker
- iv. Decision process
- v. Channel configuration

*Bandingkan ciri-ciri antara pasaran pengguna dan pasaran perniagaan dalam kategori berikut:*

- i. *Bilangan pembeli*
- ii. *Orientasi pembelian*
- iii. *Bilangan pembuat keputusan*
- iv. *Proses keputusan*
- v. *Konfigurasi saluran*

[10 marks]

[10 markah]

**QUESTION 3****SOALAN 3**CLO2  
C2

- a) Products bought to satisfy personal and family needs are known as consumer products.

Discuss **FOUR (4)** classifications of consumer products with suitable examples.

*Produk yang dibeli untuk memenuhi keperluan peribadi dan keluarga dikenali sebagai produk pengguna.*

*Bincangkan **EMPAT (4)** pengkelasan bagi produk pengguna dengan contoh yang sesuai.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO2  
C3

- b) Price is the only marketing mix strategy that brings revenue to a firm. In an exchange process, price is important to a firm. Therefore, setting the right price is critical to marketers.

Examine **FIVE (5)** product mix pricing strategies.

*Harga adalah satu-satunya strategi campuran pemasaran yang membawa hasil kepada firma. Dalam proses pertukaran, harga adalah penting kepada firma.*

*Oleh itu, penetapan harga yang betul adalah penting kepada pemasar.*

*Kaji **LIMA (5)** strategi harga campuran produk.*

[15 marks]

[15 markah]

## QUESTION 4

## SOALAN 4

CLO2  
C2

- a) A marketing channel can be defined as a set of organized networks of firms and institutions whose activities are interrelated in moving products or services from the producers or the suppliers to their ultimate consumers or end users (Mohd. Roslin and Proctor, 2009).

Elaborate **FOUR (4)** functions of marketing channels with suitable example.

*Saluran pemasaran boleh ditakrifkan sebagai satu set rangkaian tersusun firma dan institusi yang aktiviti mereka saling berkaitan dalam memindahkan produk atau perkhidmatan daripada pengeluar atau pembekal kepada pengguna atau pengguna akhir (Mohd. Roslin dan Proctor, 2009).*

*Huraikan **EMPAT (4)** fungsi saluran pemasaran dengan contoh yang sesuai.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO2  
C3

- b) ABC Pasta Port has launched a new menu for pasta category named Divine Mac and Cheese. As a Marketing Executive for ABC Pasta Port, you are required by your Manager to apply a suitable marketing communication tools for this product.

Exhibit **FIVE (5)** marketing communication mix that can be applied to attract the market to buy Divine Mac and Cheese pasta.

*ABC Pasta Port telah melancarkan menu baru untuk kategori pasta bernama Divine Mac and Cheese. Sebagai seorang Eksekutif Pemasaran bagi ABC Pasta Port, anda dikehendaki oleh Pengurus untuk mengaplikasikan alat promosi jualan yang bersesuaian dengan produk tersebut.*

*Pamerkan **LIMA (5)** alat komunikasi pemasaran yang boleh diaplikasikan bagi menarik perhatian pasaran untuk membeli pasta Divine Mac and Cheese.*

[15 marks]

[15 markah]

## SOALAN TAMAT