

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 : 2025/2026

DPM20033 : FUNDAMENTALS OF MARKETING

TARIKH : 04 DISEMBER 2025

MASA : 2.30 PETANG - 4.30 PETANG (2 JAM)

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

Struktur (4 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

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

(a) Describe core marketing concepts as follows:

Huraikan konsep teras pemasaran berikut:

i) Needs and wants

Keperluan dan kehendak

[2 marks]

[2 markah]

ii) Products and services

Produk dan perkhidmatan

[2 marks]

[2 markah]

iii) Value and satisfaction

Nilai dan kepuasan

[2 marks]

[2 markah]

iv) Marketers and market

Pemasar dan pasaran

[2 marks]

[2 markah]

v) Exchange and relationship

Pertukaran dan hubungan

[2 marks]

[2 markah]

- CLO1 (b) Explain **FIVE (5)** macro-environmental factors that affects business organizations.
*Terangkan **LIMA (5)** faktor persekitaran makro yang mempengaruhi organisasi perniagaan*

[15 marks]

[15 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**

- CLO1 (a) Consumer behavior means the study of how individuals, groups or organizations select, buy, use and dispose of goods, services, idea, or experiences to satisfy their needs and wants.

Describe **FOUR (4)** factors that influence consumer behavior.

Tingkah laku pengguna bermaksud kajian tentang bagaimana individu, kumpulan atau organisasi memilih ,membeli, menggunakan dan melupuskan barang, perkhidmatan, idea atau pengalaman untuk memenuhi keperluan dan kehendak.

*Huraikan **EMPAT (4)** faktor yang mempengaruhi tingkah laku pengguna*

[10 marks]

[10 markah]

- CLO1 (b) Interpret **FIVE (5)** winning value propositions in positioning strategy with appropriate examples.

*Tafsirkan **LIMA (5)** cadangan nilai yang unggul dalam strategi kedudukan beserta contoh yang bersesuaian.*

[15 marks]

[15 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**

- | | |
|------|---|
| CLO1 | <p>(a) Explain THREE (3) levels of a product.
<i>Terangkan TIGA (3) tahap produk.</i></p> <p style="text-align: right;">[6 marks]
[6 markah]</p> |
| CLO1 | <p>(b) Elaborate FOUR (4) stages of product life cycle with the help of diagram.
<i>Huraikan EMPAT (4) peringkat bagi kitar hayat produk dengan bantuan rajah.</i></p> <p style="text-align: right;">[10 marks]
[10 markah]</p> |
| CLO1 | <p>(c) Discuss THREE (3) major pricing strategies.
<i>Bincangkan TIGA (3) strategi harga utama.</i></p> <p style="text-align: right;">[9 marks]
[9 markah]</p> |

QUESTION 4**SOALAN 4**

- CLO1 (a) Describe **FIVE (5)** functions of marketing channels.
*Jelaskan **LIMA (5)** fungsi utama saluran pemasaran*
- [10 marks]
[10 markah]
- CLO1 (b) Explain **TWO (2)** objectives of the marketing communications mix.
*Terangkan **DUA (2)** objektif dalam campuran komunikasi pemasaran.*
- [5 marks]
[5 markah]
- CLO1 (c) Explain with examples how an organization can use **FOUR (4)** main elements of the promotion mix to promote a new product.
*Terangkan beserta contoh bagaimana sesebuah organisasi boleh menggunakan **EMPAT (4)** elemen utama dalam campuran promosi untuk mempromosikan produk baharu.*
- [10 marks]
[10 markah]

SOALAN TAMAT