

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

DPA10223 : INTRODUCTION TO MARKETING

TARIKH : 24 NOVEMBER 2025

MASA : 11.30 PAGI - 1.30 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)** subjective questions. Answer **ALL** the questions.

ARAHAN:

*Bahagian ini mengandungi **EMPAT (4)** soalan subjektif. Sila jawab **SEMUA** soalan.*

QUESTION 1

- CLO1 (a) Describe any **TWO (2)** core marketing concept
(5 marks)
- CLO1 (b) The company's micro environment consists of the factors and elements that directly influence a company's ability to meet customer needs and wants. Discuss **FOUR (4)** elements of company's micro environment with suitable example.
[10 marks]
- CLO1 (c) The consumer market, made up of individuals and households buying for personal use, is crucial to the economy. Understanding its characteristics helps businesses meet customer's needs better and create effective marketing strategies. Write **FOUR (4)** characteristics of consumer market.
[10 marks]

SOALAN 1

- CLO1 (a) *Jelaskan mana-mana **DUA (2)** konsep teras pemasaran.*
[5 markah]
- CLO1 (b) *Persekitaran mikro syarikat terdiri daripada faktor dan elemen yang secara langsung mempengaruhi keupayaan syarikat untuk memenuhi keperluan dan kehendak pelanggan. Bincangkan **EMPAT (4)** elemen persekitaran mikro syarikat beserta dengan contoh.*
[10 markah]

- CLO1 (c) *Pasaran pengguna, terdiri daripada individu dan isi rumah yang membeli untuk kegunaan peribadi, adalah penting kepada ekonomi. Memahami ciri-cirinya membantu perniagaan memenuhi keperluan pelanggan dengan lebih baik dan merangka strategi pemasaran yang berkesan. Tuliskan **EMPAT (4)** ciri-ciri pasaran pengguna.*

[10 markah]

QUESTION 2

CLO1

- (a) Define target market.

[5 marks]

CLO1

- (b) Discuss **FOUR (4)** bases for segmenting consumer market with an appropriate example.

[10 marks]

CLO1

- (c) Positioning strategies are the methods used by companies to create a unique image for their product or brand in customers' minds compared to competitors. Write **FIVE (5)** positioning strategies with suitable example.

[10 marks]

SOALAN 2

CLO1

- (a) *Takrifkan penyasaran.*

[5 markah]

CLO1

- (b) *Bincangkan **EMPAT (4)** asas pembahagian pasaran pengguna beserta contoh yang sesuai.*

[10 markah]

CLO1

- (c) *Strategi penentuan kedudukan adalah kaedah yang digunakan oleh syarikat untuk mewujudkan imej unik bagi produk atau jenama mereka dalam fikiran pelanggan berbanding pesaing. Tuliskan **LIMA (5)** strategi pemposisian dengan contoh yang sesuai.*

[10 markah]

QUESTION 3

- CLO1 (a) List **FIVE (5)** stages in the Product Life Cycle. [5 marks]
- CLO1 (b) Explain **FIVE (5)** types of product mix pricing strategies with an appropriate example. [10 marks]
- CLO1 (c) The process of distribution involves key strategic decisions about how to reach the market, as a core challenge for any business is getting its products to the right place at the right time. Provide **TWO (2)** types of marketing distribution channel with suitable example. [10 marks]

SOALAN 3

- CLO1 (a) Senaraikan **LIMA (5)** peringkat Kitaran Hayat Produk. [5 markah]
- CLO1 (b) Jelaskan **LIMA (5)** jenis strategi harga campuran produk beserta contoh yang sesuai. [10 markah]
- CLO1 (c) Proses pengedaran melibatkan keputusan strategik utama untuk mencapai pasaran, di mana cabaran utama bagi mana-mana perniagaan adalah memastikan produk sampai ke tempat yang betul dan pada masa yang tepat. Sediakan **DUA (2)** jenis saluran pengagihan pemasaran dengan contoh yang sesuai. [10 markah]

QUESTION 4

- CLO1 (a) Sales promotion are strategies or incentives used by companies to motivate customers to make purchases within a short period. Explain **FOUR (4)** common sales promotion tools used by marketers to increase sales, with a suitable example.

[10 marks]

- CLO1 (b) Ethics in marketing means applying principles that ensure honesty, fairness, and respect for consumers, avoiding manipulation and unfair practices in promoting and selling products. Share **FIVE (5)** roles of ethics in marketing.

[15 marks]

SOALAN 4

- CLO1 (a) *Promosi jualan adalah strategi atau insentif yang digunakan oleh syarikat untuk menggalakkan pelanggan membuat pembelian dalam jangka masa yang singkat. Terangkan **EMPAT (4)** alat promosi jualan yang biasa digunakan oleh pemasar untuk meningkatkan jualan, dengan contoh yang bersesuaian.*

[10 markah]

- CLO1 (b) *Etika dalam pemasaran melibatkan penerapan prinsip-prinsip kejujuran, keadilan, dan penghormatan kepada pengguna, serta mengelakkan manipulasi dan amalan tidak adil dalam promosi dan penjualan produk. Kongsikan **LIMA (5)** peranan etika dalam pemasaran.*

[15 markah]

SOALAN TAMAT