

SULIT



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI

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

JABATAN PELANCONGAN DAN HOSPITALITI

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI I : 2025/2026

DTM20473: TOURISM AND HOSPITALITY MARKETING

TARIKH : 3 DISEMBER 2025
MASA : 8.30 PAGI – 11.30 PAGI (2 JAM)

Kertas soalan ini mengandungi **LAPAN BELAS (18)** halaman bercetak.
Bahagian A: Objektif (20 soalan)
Bahagian B: Struktur (4 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)



SULIT

SECTION B: 80 MARKS**BAHAGIAN B: 80 MARKAH****INSTRUCTION:**

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

ARAHAN:

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

QUESTION 1**SOALAN 1**

- | | |
|------|---|
| CLO1 | <p>(a) List FIVE (5) importance of marketing to achieve the organization goals.</p> <p><i>Senaraikan LIMA (5) kepentingan pemasaran dalam mencapai matlamat organisasi.</i></p> <p style="text-align: right;">[5 marks]
[5 markah]</p> |
| CLO1 | <p>(b) Explain TWO (2) characteristics of tourism and hospitality products with suitable examples.</p> <p><i>Terangkan DUA (2) ciri produk pelancongan dan hospitality beserta contoh yang sesuai.</i></p> <p style="text-align: right;">[5 marks]
[5 markah]</p> |
| CLO1 | <p>(c) A product has its own life expectancy that will go through stages of product life cycle. Elaborate FIVE (5) stages of the product life cycle.</p> <p><i>Sesuat produk mempunyai jangka hayatnya sendiri yang akan melalui peringkat-peringkat dalam kitaran hayat produk. Huraikan LIMA (5) peringkat kitaran hayat produk</i></p> <p style="text-align: right;">[10 marks]
[10 markah]</p> |

QUESTION 2**SOALAN 2**

- | | |
|------|---|
| CLO1 | <p>(a) State FIVE (5) roles of distribution channels.</p> <p><i>Nyatakan LIMA (5) peranan saluran agihan.</i></p> <p style="text-align: right;">[5 marks]
[5 markah]</p> |
| CLO1 | <p>(b) Elaborate TWO (2) price adjustment strategies with suitable example.</p> <p><i>Huraikan DUA (2) strategi penyesuaian harga beserta contoh yang sesuai.</i></p> <p style="text-align: right;">[5 marks]
[5 markah]</p> |
| CLO1 | <p>(c) Explain FIVE (5) types of promotion mix with appropriate examples.</p> <p><i>Terangkan TIGA (3) jenis campuran promosi beserta contoh-contoh yang sesuai.</i></p> <p style="text-align: right;">[10 marks]
[10 markah]</p> |

QUESTION 3**SOALAN 3**

- CLO2 (a) Marketing research is a process that identifies and defines marketing opportunities and problems, monitors and evaluates marketing actions and performance, and communicates the findings and implications to management. Provide **TWO (2)** key requirements in marketing research with suitable explanation.
- Penyelidikan pemasaran ialah proses mengenal pasti dan mentakrifkan peluang dan masalah pemasaran, memantau dan menilai tindakan dan prestasi pemasaran, dan menyampaikan penemuan dan implikasi kepada pihak pengurusan. Berikan **DUA (2)** keperluan utama dalam kajian pemasaran beserta penerangan yang sesuai.*
- [4 marks]
[4 markah]
- CLO2 (b) A company plans to launch a new soft drink in Malaysia. Before introducing the product, the management needs to conduct market research to make sure the product will fulfill the needs of customers. Write **THREE (3)** importance of marketing research for the company before launching the new product.
- Sebuah syarikat merancang untuk melancarkan minuman ringan baru di Malaysia. Sebelum memperkenalkan produk tersebut, pengurusan perlu melakukan penyelidikan pemasaran untuk memastikan produk itu memenuhi keperluan pelanggan. Tulis **TIGA (3)** kepentingan penyelidikan pemasaran untuk syarikat sebelum melancarkan produk baru.*
- [6 marks]
[6 markah]
- CLO2 (c) Common activities in marketing research are measurement of market potential, market-share analysis, the determination of market characteristics and sales analysis. Determine **FOUR (4)** steps in marketing research process with suitable explanation.

*Aktiviti-aktiviti biasa dalam kajian pemasaran adalah pengukuran potensi pasaran, analisa syer pasaran, penentuan ciri-ciri pasaran dan analisis jualan. Tentukan **EMPAT (4)** langkah-langkah dalam proses kajian pemasaran beserta penerangan yang sesuai.*

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 4

SOALAN 4

- CLO2 (a) A smartphone company is launching a new model in a competitive market. To stand out, the company is considering several market positioning approaches. Write **TWO (2)** market positioning approaches that can occupy a specific place in the minds of the target consumers.

*Sebuah syarikat telefon pintar sedang melancarkan model baru di pasaran yang kompetitif. Untuk menonjol, syarikat ini sedang mempertimbangkan beberapa pendekatan penempatan pasaran. Tulis **DUA (2)** pendekatan penempatan pasaran yang boleh menempati tempat khusus dalam minda pengguna sasaran.*

[4 marks]

[4 markah]

- CLO2 (b) Mesra Enterprise is planning to expand its products into a new region. The marketing manager is considering different ways to target customers. Provide **THREE (3)** types of target market strategies that can be implement by the company.

*Mesra Enterprise merancang untuk mengembangkan produknya ke kawasan baru. Pengurus pemasaran sedang mempertimbangkan pelbagai cara untuk sasarkan pelanggan. Berikan **EMPAT (4)** jenis strategi pasaran sasaran yang boleh dilaksanakan oleh syarikat.*

[6 marks]

[6 markah]

CLO2

- (c) Marketing is all about connecting with audience at the right place and time. Every company has its own approach to attract customers either online or offline marketing methods. Differentiate between direct marketing and digital marketing with suitable examples for each method.

Pemasaran adalah mengenai berhubung dengan penonton di tempat dan masa yang betul. Setiap syarikat mempunyai pendekatan mereka sendiri bagaimana untuk menarik pelanggan sama ada kaedah pemasaran dalam talian atau luar talian. Bezakan antara pemasaran langsung dan pemasaran digital dengan memberikan contoh yang sesuai untuk setiap kaedah.

[10 marks]

[10 markah]

SOALAN TAMAT