

SULIT



**BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI**

JABATAN KEJURUTERAAN AWAM

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI DISEMBER 2017

DCW5192: FUNDAMENTAL OF MARKETING

TARIKH : 01 APRIL 2018

MASA : 8.30 PAGI – 10.30 PAGI (2 JAM)

Kertas ini mengandungi ENAM (6) halaman bercetak.

Bahagian A: Struktur (2 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 A : 50 MARKS
BAHAGIAN A : 50 MARKAH

INSTRUCTION:

This section consists of **TWO (2)** structured questions. Answer **ALL** questions.

ARAHAN :

Bahagian ini mengandungi DUA (2) soalan berstruktur. Jawab SEMUA soalan.

QUESTION 1

SOALAN 1

CLO1
C1

- a) Define market and marketing in fundamental of marketing.
Berikan maksud pasaran dan pemasaran di dalam asas pemasaran.

[5 marks]

[5 markah]

CLO1
C2

- b) Explain the benefits of marketing segmentation.
Terangkan kelebihan membuat segmentasi pasaran.

[8 marks]

[8 markah]

CLO1
C3

c)

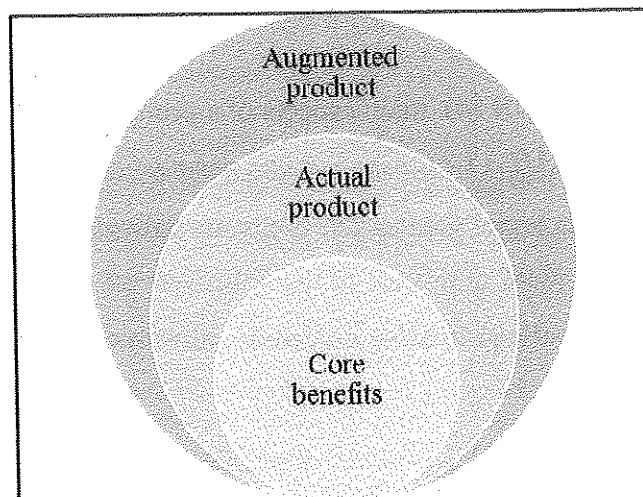


Figure Q 1 (c)

Rajah S 1(c)

The Figure Q 1 (c) above shows the three levels that make up the total product concept. Interpret the three levels.

Rajah S 1(c) di atas menunjukkan tiga peringkat yang membentuk konsep produk secara keseluruhan. Jelaskan secara terperinci ketiga-tiga peringkat tersebut.

[12 marks]

[12 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

CLO1
C1

a) State **FIVE (5)** characteristics of a good brand name.

Nyatakan LIMA (5) ciri nama jenama yang bagus.

[5 marks]

[5 markah]

CLO1
C2

b) Explain the **break-even analysis** in target return pricing.

Terangkan analisis titik pulang modal dalam sasaran pulangan harga.

[8 marks]

[8 markah]

CLO1
C3

c) List down **FOUR (4)** main aspects of a promotional mix with examples.

Senaraikan EMPAT (4) aspek utama promosi campuran berserta contoh.

[12 marks]

[12 markah]

SECTION B : 50 MARKS**BAHAGIAN B : 50 MARKAH****INSTRUCTION:**

This section consists of **FOUR (4)** structured questions. Answer **TWO (2)** questions only.

ARAHAN:

Bahagian ini mengandungi EMPAT (4) soalan berstruktur. Jawab DUA (2) soalan sahaja.

QUESTION 1**SOALAN 1**CLO1
C2

- a) Marketing environments are the factors and forces which affect the development, strategy, effectiveness and distribution of marketing messages. Marketing environments are typically categorized as either micro environment or macro environment.

Identify **FIVE (5)** micro environment factors and **FIVE (5)** macro environment factors.

Persekitaran pemasaran adalah faktor dan kuasa yang mempengaruhi pembangunan, strategi, keberkesanan dan penyampaian mesej pemasaran. Persekitaran pemasaran biasanya dikategorikan sebagai persekitaran mikro atau persekitaran makro.

Kenal pasti LIMA (5) faktor persekitaran mikro dan LIMA (5) faktor persekitaran makro.

[10 marks]

[10 markah]

CLO1
C3

- b) Target market strategies means choosing one or more segments to design marketing operation. Interpret the following strategies in reaching target markets;

Strategi sasaran pasaran bermaksud memilih satu atau lebih bahagian yang hendak dibentuk dalam operasi pemasaran. Huraikan strategi berikut yang digunakan dalam mencapai sasaran pasaran;

- i). undifferentiated marketing

pasaran tak terbeza

- ii). differentiated marketing

pasaran terbeza

iii). concentrated marketing

pasaran tertumpu

[15 marks]

[15 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

CLO1
C2

(a) Explain **FOUR (4)** steps in targeting a market.

Jelaskan EMPAT (4) langkah di dalam penyasaran pasaran.

[10 marks]

[10 markah]

CLO1
C3

b) The management can use the product/market expansion matrix to expand its business portfolio.

Pengurusan boleh menggunakan matriks pengembangan pasaran/produk untuk mengembangkan portfolio perniagaan syarikat.

i. Draw the product/ market expansion matrix.

Lukiskan matrik perkembangan pasaran/produk.

[12 marks]

[12 markah]

ii. List the reasons a company might want to reduce the number of businesses.

Senaraikan sebab-sebab sesebuah syarikat ingin mengurangkan jumlah perniagaannya.

[3 marks]

[3 markah]

QUESTION 3

SOALAN 3

CLO1
C2

- a) Explain the product life-cycle.

Terangkan kitar hayat produk.

[10 marks]

[10 markah]

CLO1
C3

- b) Interpret the following new product pricing strategies;

Jelaskan secara terperinci strategi penentuan harga bagi produk baru yang berikut;

- i). market skimming pricing method.

kaedah harga penarahan pasaran .

- ii). market penetration pricing method.

kaedah harga penembusan pasaran.

[15 marks]

[15 markah]

QUESTION 4

SOALAN 4

CLO1
C2

- a) Describe the initial pricing strategies of a new product.

Huraikan strategi penentuan harga bagi produk baharu.

[10 marks]

[10 markah]

CLO1
C3

- b) Draw a diagram of marketing communication process.

Lukiskan rajah proses komunikasi pemasaran.

[15 marks]

[15 markah]

SOALAN TAMAT