

SULIT

POLITEKNIK
Jabatan Pengajian Politeknik

BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENGAJIAN POLITEKNIK
KEMENTERIAN PENDIDIKAN MALAYSIA

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI JUN 2013

PM302 – PRODUCT MANAGEMENT

TARIKH : 23 OKTOBER 2013

TEMPOH : 2 JAM (8:30 AM – 10:30AM)

Kertas ini mengandungi **SEPULUH (10)** halaman bercetak.

Bahagian A: Objektif (25 soalan)

Bahagian B: Esei (3 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

SULIT

PM302: PRODUCT MANAGEMENT

SECTION A: 25 MARKS

BAHAGIAN A: 25 MARKAH

INSTRUCTION:

This section consists of **TWENTY FIVE (25)** objective questions. Mark your answers in the OMR form provided.

ARAHAN :

Bahagian ini mengandungi **DUA PULUH LIMA (25)** soalan objektif. Tandakan jawapan anda di dalam borang OMR yang disediakan

CLO1
C1

1. The levels of product consist of core product, basic, expected augmented and _____.

Tahap sesuatu produk terdiri daripada produk teras, asas, jangkaan, tambahan dan _____.

A. Durable products / Produk tahan lama

B. Unsought products / Produk tidak cari

C. Potential product / Produk potensi

D. Product class / Kelas produk

CLO2
C1

2. "Unique characteristics or brand identification in which a sufficient number of buyers is willing to make a special purchasing effort." This statement refers to _____.

"Ciri-ciri unik atau pengenalpastian jenama yang mana sesetengah pengguna bersedia untuk membuat usaha pembelian yang khusus." Pernyataan ini merujuk kepada _____.

A. Shopping goods / Produk beli belah

B. Specialty goods / Produk istimewa

C. Unsought goods / Produk tidak cari

D. Durable goods / Produk tahan lama

CLO1
C2

3. Which of the following products can be said to be at the decline stage of Product Life Cycle (PLC)?

Manakah di antara produk berikut yang boleh dikatakan berada pada tahap penurunan di dalam Kitaran Hayat Produk?

- A. Digital television / *Television digital*
 B. Overseas Holidays / *Percutian luar Negara*
 C. VHS video cassettes player / *Pemain video VHS*
 D. 3G smart phone / *Telefon pintar 3G*

CLO2
C1

4. Rashid Hassan desires to purchase a new Range Rover Sport Utility Vehicle costs around RM500,000. There is no dealer in his community and he must drive over 100 km away to another city to find the nearest dealer of this vehicle. This product is classified as a _____.

Rashid Hassan berhasrat untuk membeli kenderaan utility Range Rover yang berharga sekitar RM500,000. Tiada ejen jualan kenderaan terlibat dalam kawasannya, maka belian terpaksa memandu sejauh 100 km ke Bandar lain untuk mencari ejen jualan berdekatan. Produk ini boleh diklasifikasikan sebagai _____.

- A. capital item / *item modal*
 B. shopping product / *produk beli belah*
 C. specialty product / *produk istimewa*
 D. operational product / *produk operasi*

CLO1
C2

5. A product is anything that can be offered to a market to satisfy a want or need. Products that are marketed include:

Produk adalah apa sahaja yang boleh ditawarkan dalam pasaran untuk memuaskan keperluan dan kehendak. Produk yang dipasarkan termasuklah:

- i. Ideas / *idea*
 ii. Places / *tempat*
 iii. Experiences / *Pengalaman*
 iv. Properties / *Hartanah*

A. i, ii, iii

C. i, ii, iv

B. i, iii, iv

D. i, ii, iii, iv

CLO1
C2

6. _____ are consumed immediately and purchased frequently and the appropriate strategy is to make them available in many locations and advertise them heavily to induce trial and build preference.

_____ digunakan dengan serta merta dan dibeli secara kerap. Strategi yang sesuai adalah dengan menempatkannya di banyak lokasi dan membuat pengiklanan yang kerap untuk merangsang penggunaan dan menjadi produk pilihan.

- A. Durable goods / *Produk tahan lama*
 B. Materials and parts / *Bahan dan bahagian*
 C. Unsought products / *Produk tidak dicari*
 D. Non durable goods / *Produk tidak tahan lama*

CLO2
C2

7. Which of the following is an example of need family?

Yang manakah di antara berikut adalah contoh keluarga keperluan?

- A. Life insurance / *Insuran nyawa*
 B. Security / *Keselamatan*
 C. Savings and income / *Simpanan dan pendapatan*
 D. Financial instruments / *Instrumen kewangan*

CLO2
C2

8. Which of the strategies below is used by a company that first targeted men for its products but later marketed the product to women?

Manakah di antara strategi di bawah yang digunakan oleh sesebuah syarikat yang mensasarkan lelaki sebagai pengguna produknya tetapi kemudiannya memasarkan produk tersebut kepada wanita?

- A. Finding new users
Mencari pengguna baru
- B. Creating new use situations
Mencipta situasi penggunaan baru
- C. Increasing use by existing customers
Meningkatkan penggunaan oleh pengguna sedia ada
- D. Modifying the product
Mengubahsuai produk

CLO1
C2

9. In the pricing strategy of the decline stage in PLC, marketers will usually _____.

Di dalam strategi perletakan harga pada tahap penurunan Kitaran Hayat Produk, pemasar akan _____.

- A. cut the price / *memotong harga*
- B. maintain the price / *mengekalkan harga*
- C. follows the competitor's price / *mengikut harga pesaing*
- D. increase the price / *meningkatkan harga*

CLO1
C2

10. Penetration pricing is _____.

Harga penembusan adalah _____.

- A. when the firm looks at competitors' price
apabila firma melihat kepada harga pesaing
- B. when the firm pricing strategy is based on willingness to pay
apabila strategi harga firma adalah berdasarkan kesediaan pengguna untuk membayar
- C. when the firm charges a low price to gain sales
apabila firma meletakkan harga yang rendah untuk mendapatkan jualan
- D. when the firm charges a high price to support product positioning strategies.
apabila firma meletakkan harga yang tinggi untuk menyokong strategi pemosisian produk

CLO2
C2

- 11.

- Maximize market share
- Introduce new product features
- Expand market
- Increase profits
- Increase in distribution outlets

- Memaksimumkan syer pasaran
- Memperkenalkan ciri-ciri produk baru
- Meluaskan pasaran
- Meningkatkan keuntungan
- Meningkatkan cawangan pengagihan

Pernyataan di atas merujuk kepada _____.

- A. introduction stage / *tahap pengenalan*
- B. growth stage / *tahap pertumbuhan*
- C. maturity stage / *tahap kematangan*
- D. declining stage / *tahap penurunan*

CLO2
C3

12. Which of the following are most likely to pass through a regular history of introduction, growth, maturity and decline?

Manakah di antara berikut yang pasti akan melalui tahap pengenalan, pertumbuhan, kematangan dan penurunan?

i. Pharmaceutical / *Farmaseutikal*

ii. Cassette tapes / *Pita kaset*

iii. Electronics / *Elektronik*

iv. Fashions / *Fesyen*

A. i, ii

C. ii, iv

B. i, iii

D. ii, iii

CLO2
C3

13. Mattel's Barbie is an example of an age-defying product. Barbie, both timeless and trendy, is in the _____ stage of the PLC.

Barbie keluaran Mattel adalah satu contoh produk yang tidak usang. Barbie yang tidak ketinggalan zaman serta sentiasa mengikut trend, adalah berada pada tahap _____ di dalam Kitaran Hayat Produk.

A. introduction / *pengenalan*

B. growth / *perkembangan*

C. maturity / *kematangan*

D. decline / *penurunan*

CLO1
C2

14. Which of the following is the fifth stage in the New Product Development Process?

Manakah di antara berikut adalah tahap kelima di dalam Proses Pembangunan Produk Baru?

A. Business Analysis / *Analisis perniagaan*

B. Concept development and testing / *Pembangunan konsep dan ujian*

C. Product development / *Pembangunan produk*

D. Market testing / *Ujian pasaran*

CLO1
C1

15. Below are the categories of new products according to Booz, Allen & Hamilton consulting firm **EXCEPT**;

*Berikut adalah kategori produk baru menurut firma perunding Booz, Allen & Hamilton **KECUALI**;*

A. New-to-the-world products
Produk paling baru

B. New product lines
Lini produk baru

C. Additions to existing product lines
Penambahan dalam lini produk sedia ada

D. Nondurable goods
Produk tidak tahan lama

CLO2
C3

16. _____ is a group under the supervision of a management representative for a specific task or operation. It is formed for a temporary period of time to develop new products. Members of the group are chosen by the upper management level according to their skills and experience.

The statement above refers to;

_____ adalah kumpulan yang diselia oleh wakil pengurusan untuk tugas atau operasi tertentu. Ia dibentuk untuk jangkamasa pendek bagi membangunkan produk baru. Ahli-ahli dalam kumpulan adalah dipilih oleh tahap pengurusan atasan berdasarkan pengalaman dan kepakaran.

Pernyataan di atas merujuk kepada;

A. New Product Department
Jabatan Produk Baru

B. New Product Committee
Jawatankuasa Produk Baru

C. Task Force
Pasukan Kerja

D. New Venture Team
Pasukan Usaha Baru

CLO1
C2

17. Brand is defined as _____ intended to identify goods or services and to differentiate them from competitors.

Jenama di definisikan sebagai _____ yang bertujuan untuk mengenalpasti produk atau perkhidmatan serta membezakannya dengan pesaing.

- A. 4P's
4P's
- B. name, term, sign, symbol and design
nama, terma, lambang, simbol dan rekabentuk
- C. name, term, sign, symbol, design or a combination of them
nama, terma, lambang, simbol, rekabentuk atau gabungan kesemuanya
- D. marketing strategies
strategi pemasaran

CLO2
C3

18. "Ingredients: 100% peanuts, Allergy advice: Contains peanuts. Not suitable to nuts and sesame allergy sufferers. The above statement is one example of _____.

"Ramuan: 100% kacang tanah, Nasihat alergi: Mengandungi kacang tanah. Tidak sesuai untuk mereka yang alergi kepada kacang tanah"

Pernyataan di atas adalah satu contoh _____.

- A. Product branding
Penjenamaan produk
- B. Product persuasion
Pemujukan produk
- C. Product trade mark
Tanda dagangan produk
- D. Product labeling
Pelabelan produk

CLO1
C1

19. Brand name is primarily used to _____.

Nama jenama selalunya digunakan untuk _____.

- A. show consumers you own the product
menunjukkan kepada pengguna pemilik sebenar produk
- B. spice up the image of a product
menambah tarikan imej produk
- C. to help identify a product
membantu mengenalpasti produk
- D. to help consumers select a product or service
membantu pengguna memilih produk atau perkhidmatan

CLO1
C2

20. The statements below are correct for labelling **EXCEPT**;

*Kesemua pernyataan di bawah adalah benar berkenaan pelabelan **KECUALI**;*

- A. The label might only carry the brand name or a great deal of information
Label hanya membawa nama jenama atau maklumat produk
- B. Labeling usually uses aluminium foil to describe several things about product
Pelabelan selalunya menggunakan pembalut aluminium untuk menerangkan beberapa perkara berkenaan produk
- C. Grade label shows quality either through letter, number or words such as A Grade, Halal symbol, SIRIM and expiring date
Label gred menunjukkan kualiti sama ada menerusi huruf, nombor atau perkataan seperti Gred A, simbol Halal, SIRIM dan tarikh tamat penggunaan
- D. Labeling promotes the brand, supports its positioning and connects with customer
Pelabelan mempromosikan jenama, menyokong pemposisian dan menghubungkan dengan pengguna

CLO1
C2

21. _____ is a formal statement of expected product performance by the manufacturer.

_____ adalah kenyataan formal berkenaan prestasi produk oleh pengeluar.

- A. Warranty / Waranti
- B. Guarantee / Jaminan
- C. Brand / Jenama
- D. Product / Produk

CLO2
C2

22. Packaging protects the product from damage during the distribution process. Packaging design includes:

Pembungkusan melindungi produk daripada kerosakan ketika proses pengagihan. Rekabentuk pembungkusan termasuklah:

- | | |
|---------------------|-----------------------|
| i. Bottles
Botol | iii. Rubbers
Getah |
| ii. Boxes
Kotak | iv. Cans
Tin |

- A. i, ii, iii
- B. ii, iii, iv
- C. i, ii, iv
- D. i, ii, iii, iv

CLO1
C2

23. A is a group of products that is closely related because they function in a similar manner, are sold to the same customer groups and are marketed through the same type of outlets or fall within given price ranges. From the description above, A refers to _____.

A adalah kumpulan produk yang berkait rapat kerana mempunyai fungsi yang hampir sama, dijual kepada kumpulan pengguna yang sama, dipasarkan di cawangan yang hampir sama dan tergolong dalam lingkungan harga yang sama. A merujuk kepada _____.

- A. Product line
Lini produk
- B. Line extensions
Penambahan lini
- C. Private brand
Jenama persendirian
- D. Convenience product
Produk mudah beli

CLO1
C2

24. In Product-Line stretching, companies use Up-Market Stretch to enter the high end of the market in achieving more growth, realize higher margins or position themselves as _____.

Dalam regangan lini produk, syarikat menggunakan regangan ke atas untuk memasuki pasaran tahap atasan untuk mencapai pertumbuhan, margin yang tinggi atau meletakkan syarikat sebagai _____.

- A. aggressive competitors
pesaing yang agresif
- B. full-line manufacturers
pengeluar serba lengkap
- C. weak competitors
pesaing yang lemah
- D. weak manufacturers
pengeluar yang lemah

CLO1
C225. Which is **TRUE** regarding product-mix decision?

*Manakah di antara berikut yang **BENAR** berkenaan keputusan campuran produk?*

- A. It includes only the width and length of the product
Ia hanya mengandungi keluasan dan kepanjangan produk
- B. The width of product refers to how many different product lines the company carries.
Keluasan produk merujuk kepada kepelbagaian produk lini yang di bawa oleh syarikat.
- C. The length of product refers to the warranty and guarantees of the product
Kepanjangan produk merujuk kepada waranti dan jaminan sesuatu produk.
- D. Product mix decision is not an important aspect to the company
Keputusan campuran produk adalah bukan aspek yang penting kepada syarikat

SECTION B

ESSAY (75 marks)

BAHAGIAN B (75 MARKAH)

INSTRUCTION:

This section consists of **THREE (3)** essay questions. Answer **ALL** questions.

ARAHAN :

Bahagian ini mengandungi **TIGA (3)** soalan esei. Jawab **SEMUA** soalan.

QUESTION 1

SOALAN 1

CLO 1
C1

- a) Define product mix.

Berikan definisi campuran produk.

[5 marks]

[5 markah]

CLO 1
C2

- b) Describe
- FOUR (4)**
- dimensions of the product mix and provide suitable examples.

*Terangkan **EMPAT (4)** dimensi campuran produk dengan memberikan contoh yang sesuai.*

[16 marks]

[16 markah]

CLO 1
C2

- c) Explain briefly the product line modernization.

Jelaskan secara ringkas berkenaan pemodenan lini produk.

[4 marks]

[4 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

- CLO 2
C3
- a) Illustrate the 'Product Life Cycle' using graph.
Ilustrasikan Kitaran Hayat Produk dengan menggunakan graf.
- [5 marks]
[5 markah]
- CLO 2
C2
- b) Explain product life cycle through marketing mix.
Jelaskan Kitaran Hayat Produk berdasarkan campuran pemasaran.
- [20 marks]
[20 markah]

QUESTION 3

SOALAN 3

- CLO 2
C1
- a) State **THREE (3)** classifications of product.
*Nyatakan **TIGA (3)** klasifikasi produk.*
- [3 marks]
[3 markah]
- CLO 2
C2
- b) Explain **FOUR (4)** types of consumer goods/products that are bought by final consumer for personal consumption.
*Jelaskan **EMPAT (4)** jenis klasifikasi produk pengguna yang dibeli bagi kegunaan sendiri.*
- [16 marks]
[16 markah]
- CLO 2
C1
- c) List **SIX (6)** components in product hierarchy.
*Senaraikan **ENAM (6)** komponen di dalam hirarki produk.*
- [6 marks]
[6 markah]

SOALAN TAMAT