

SULIT



**BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI
KEMENTERIAN PENDIDIKAN MALAYSIA**

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI JUN 2019

DPM10013 : PRINCIPLES OF MARKETING

TARIKH : 25 OKTOBER 2019

MASA : 8.30 PAGI – 10.30 PAGI (2 JAM)

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

QUESTION 1**SOALAN 1**CLO1
C1

- (a) List **FIVE (5)** marketing management philosophies.
Senaraikan LIMA (5) falsafah pengurusan pemasaran.

[5 marks]

[5 markah]

CLO1
C2

- (b) Compare the characteristic between business and consumer market.
Bandingkan ciri-ciri pasaran perniagaan dan pasaran pengguna.

[10 marks]

[10 markah]

CLO1
C2

- (c) Explain **FOUR (4)** major bases for segmenting consumer market.
Terangkan asas utama untuk membahagikan pasaran pengguna.

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**CLO2
C1

- (a) State **FIVE (5)** company's microenvironment that affect the company's ability to serve its customer.

*Nyatakan **LIMA (5)** persekitaran mikro syarikat yang menjejaskan keupayaan syarikat untuk melayani pelanggannya.*

[5 marks]

[5 markah]

CLO2
C2

- (b) Explain **FIVE (5)** environment of macro-environment that affect the company's ability to serve its customer.

*Jelaskan **LIMA (5)** persekitaran makro syarikat yang mempengaruhi keupayaan syarikat untuk melayani pelanggannya.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO2
C3

- (c) Examine **FOUR (4)** classifications of consumer product.

*Kenalpasti **EMPAT (4)** klasifikasi produk pengguna.*

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**

CLO2
C3

(a) Explain the new product pricing strategies.
Terangkan strategi harga produk baru.

[10 marks]
[10 markah]

CLO2
C3

(b) Interpret **THREE (3)** types of intermediaries.
*Tafsirkan **TIGA (3)** jenis perantara.*

[15 marks]
[15 markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**

CLO2
C2

(a) Elaborate the meaning of integrated marketing communication (IMC).
Huraikan maksud komunikasi pemasaran bersepadu.

[5 marks]
[5 markah]

CLO2
C3

(b) Describe **FIVE (5)** elements of promotion mix.
*Perincikan **LIMA (5)** unsur campuran promosi*

[10 marks]
[10 markah]

CLO2
C3

(c) Explain briefly **FIVE (5)** types of public relations tool in marketing.
*Terangkan secara ringkas **LIMA (5)** jenis alat perhubungan awam dalam pemasaran.*

[10 marks]
[10 markah]

SOALAN TAMAT