

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 II : 2023/2024

DPM30033 : PRODUCT

TARIKH : 26 MEI 2024

MASA : 8.30 PAGI - 10.30 PAGI (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **TUJUH (7)** 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**

CLO 1

- (a) There are three levels of product refers to the various layers or components that make up a product offering. These levels are often used to analyze and understand the value that a product provides to consumers. The three levels of product and services are core, actual and augmented products. Describe the core product by giving suitable example.

Terdapat tiga tahap produk merujuk kepada pelbagai lapisan atau komponen yang membentuk penawaran produk. Tahap ini sering digunakan untuk menganalisis dan memahami nilai yang diberikan oleh sesuatu produk kepada pengguna. Tiga tahap produk dan perkhidmatan ialah produk teras, sebenar dan tambahan. Huraikan produk teras dengan memberikan contoh yang bersesuaian.

[5 marks]

[5 markah]

CLO 1

- (b) Explain **FOUR (4)** types of consumer product classification by giving suitable examples.

*Terangkan **EMPAT (4)** jenis klasifikasi produk pengguna dengan memberikan contoh yang bersesuaian.*

[10 marks]

[10 markah]

- CLO 1 (c) Product life cycle (PLC) is an important concept in marketing. It is also used as a tool by marketing professional to understand the market and plan the marketing mix. Write **FOUR (4)** stages of product life cycle.

*Kitaran hayat produk (KHP) merupakan konsep pemasaran yang penting. Ia juga turut digunakan sebagai alat oleh professional pemasaran untuk memahami dan merancang campuran pemasaran. Tuliskan **EMPAT (4)** peringkat kitaran hayat produk.*

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

- CLO 1 (a) Describe any **THREE (3)** of product mix dimensions.

*Terangkan mana-mana **TIGA (3)** dimensi campuran produk.*

[6 marks]

[6 markah]

- CLO 1 (b) “Product line stretching refers to the strategy of adding products or services to an existing product line in order to target different market segments or to broaden the appeal of the brand.”

Explain **THREE (3)** types of product line stretching.

“Regangan barisan produk, merujuk kepada strategi menambah produk atau perkhidmatan pada barisan produk sedia ada untuk menyasarkan segmen pasaran yang berbeza atau untuk meluaskan daya tarikan jenama.

*Huraikan **TIGA (3)** jenis regangan barisan produk..*

[9 marks]

[9 markah]

CLO 1

- (c) Product line decisions are critical strategic choices that companies make regarding the composition and management of their product offerings. Execute product-line decision strategies below by giving examples:

Keputusan barisan produk ialah pilihan strategik kritikal yang dibuat oleh syarikat berkenaan dengan komposisi dan pengurusan penawaran produk mereka. Laksanakan strategi keputusan barisan produk di bawah dengan memberikan contoh:

- i. the product line pruning
pemangkasan barisan produk
[2.5 marks]
[2.5 markah]
- ii. product line featuring
penampilan barisan produk
[2.5 marks]
[2.5 markah]
- iii. product line modernization
pemodenan barisan produk
[2.5 marks]
[2.5 markah]
- iv. product line filling
pengisian barisan produk
[2.5 marks]
[2.5 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**

CLO3

- (a) Based on Figure 3(a) below, list any **FIVE (5)** visual brand language that are suitable with the company's brand.

*Berdasarkan Rajah 3(a) di bawah, senaraikan **LIMA (5)** bahasa jenama visual yang sesuai dengan jenama syarikat ini.*

[5 marks]

[5 markah]



Figure 3.1 / Rajah 3.1

CLO3

- (b) Based on question 3(a) above, elaborate the **FIVE (5)** Visual Brand Language that are listed in your answer.

*Berdasarkan soalan 3(a) di atas, huraikan **LIMA (5)** Bahasa Jenama Visual yang disenaraikan di dalam jawapan anda.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO3

- (c) Brands represent consumers' perceptions and feelings about a product and its performance. Brands are more than just names and symbols. Determine **FIVE (5)** benefits of branding to the consumer.

*Jenama mewakili persepsi dan perasaan pengguna tentang produk dan prestasinya. Jenama adalah lebih dari sekadar nama dan simbol. Tentukan **LIMA (5)** faedah penjenamaan kepada pengguna.*

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**

CLO3

- (a) Write an explanation of the following brand sponsor decisions with suitable example.

- i. Manufacturer's brands
- ii. Distributor's brand

Tuliskan penjelasan kepada keputusan penaja jenama berikut dengan contoh yang sesuai.

- i. Jenama pengilang*
- ii. Jenama pengedar*

[6 marks]

[6 markah]



Figure 4.1 / Rajah 4.1



Figure 4.2 / Rajah 4.2

- CLO3 (b) By analyzing Figure 4.1 and Figure 4.2 above, classify the brand strategy decision used by these two companies.

Dengan menganalisis Rajah 4.1 dan Rajah 4.2 di atas, klasifikasikan jenis strategi keputusan jenama yang digunakan oleh dua syarikat ini.

[9 marks]

[9 markah]

- CLO3 (c) Below are Brand Name Decision that can be implemented by a company for its products. Evaluate these two Brand Names Decision by giving suitable examples.

Di bawah adalah Keputusan Nama Jenama yang boleh dilaksanakan oleh syarikat untuk produknya. Nilaiakan Keputusan Nama Jenama ini dengan memberikan contoh yang bersesuaian.

- i. Family brand name

Nama Jenama Keluarga

[5 marks]

[5 markah]

- ii. Company trade name combined with individual product names

Kombinasi Nama Jenama Pengeluar dan Nama Jenama Individu

[5 marks]

[5 markah]

SOALAN TAMAT