

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 I : 2024/2025

DPM10013: PRINCIPLES OF MARKETING

TARIKH : 7 DISEMBER 2024

MASA : 8.30 PAGI – 10.30 PAGI (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **LIMA (5)** 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 | <p>(a) Identify FIVE (5) marketing management philosophies.
 <i>Kenalpasti LIMA (5) falsafah pengurusan pemasaran.</i></p> <p style="text-align: right;">[10 marks]
[10 markah]</p> |
| CLO1 | <p>(b) Target market segment selection is the process of identifying and choosing specific groups of consumers or businesses within a larger market to focus your marketing efforts. It's a critical step in developing an effective marketing strategy. Explain TWO (2) target market segment selection as follows, with suitable examples.</p> <p>i. Undifferentiated Marketing
 ii. Differentiated Marketing</p> <p><i>Pemilihan segmen pasaran sasaran adalah proses mengenal pasti dan memilih kumpulan pengguna atau perniagaan tertentu dalam pasaran yang lebih besar untuk menumpukan usaha pemasaran anda. Ini adalah langkah kritikal dalam membangunkan strategi pemasaran yang berkesan. Terangkan DUA (2) pemilihan segmen pasaran sasaran berikut, berserta contoh yang sesuai.</i></p> <p><i>ii. Pemasaran Tak Terbeza</i>
 <i>ii. Pemasaran Terbeza</i></p> <p style="text-align: right;">[6 marks]
[6 markah]</p> |

CLO1

- (c) Discuss any **THREE (3)** major bases of market segmentation for the consumer market, with suitable examples for each segment.

*Bincangkan mana-mana **TIGA (3)** asas utama segmentasi pasaran untuk pasaran pengguna berserta contoh yang sesuai untuk setiap segmen.*

[9 marks]

[9 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

CLO 2

- (a) According to Philip Kotler, “A company marketing environment consists of internal factors and forces, which affect the company’s ability to develop and maintain successful transactions and relationships with the company’s target customers”.

Menurut Philip Kotler, “Persekitaran pemasaran syarikat terdiri daripada faktor dan kuasa dalaman pemasaran yang mempengaruhi keupayaan syarikat untuk membina dan mengekalkan hubungan pelanggan yang berjaya dengan pelanggan sasaran.

- i. List **FIVE (5)** major forces in the company's macro environment that shape opportunities and pose threats to the company.

*Senaraikan **LIMA (5)** kuasa utama persekitaran makro syarikat yang membentuk peluang dan ancaman kepada syarikat.*

[5 marks]

[5 markah]

- ii. Describe **FIVE (5)** micro environments that affect the company’s ability to serve its customers.

*Terangkan **LIMA (5)** persekitaran mikro yang mempengaruhi keupayaan syarikat untuk berkhidmat kepada pelanggannya.*

[10 marks]

[10 markah]

- CLO 2 (b) Compare **FIVE (5)** characteristics between consumer and business market.
*Bandingkan **LIMA (5)** ciri-ciri antara pasaran pengguna dan perniagaan.*
- [10 marks]
[10 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**

- CLO 2 (a) Elaborate **FOUR (4)** categories of consumer products with suitable examples.
*Huraikan **EMPAT (4)** kategori produk pengguna berserta contoh yang sesuai.*
- [10 marks]
[10 markah]

- CLO 2 (b) Mawar Jingga Sdn. Bhd is a local company in the cosmetic industry. They will release new liquid “mousse” lipstick soon. Prepare **TWO (2)** new pricing strategies for this product.
*Mawar Jingga Sdn Bhd merupakan syarikat tempatan dalam industri kosmetik. Mereka akan melancarkan gincu mousse cecair baru tidak lama lagi. Sediakan **DUA (2)** strategi harga baru untuk produk ini.*
- [6 marks]
[6 markah]

- CLO 2 (c) You're a marketing executive at a shoe manufacturer that's just established in the industry. You are asked to present a pricing strategy for the company's products. Provide **THREE (3)** major pricing strategies with suitable example for each strategy.
*Anda selaku eksekutif pemasaran di sebuah syarikat pengeluar kasut yang baru bertapak dalam industri tersebut. Anda diminta membentangkan strategi perletakan harga bagi produk syarikat tersebut. Sediakan **TIGA (3)** strategi perletakan harga utama beserta contoh yang sesuai bagi setiap strategi.*
- [9 marks]
[9markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**

CLO 2

- (a) Explain **FOUR (4)** functions of marketing channel.

*Jelaskan **EMPAT (4)** fungsi saluran pemasaran.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO 2

- (b) ABC Smart Tech Company just launched a new gadget known as “InnoSync Smart Assistant”. In ensuring a successful sale of the gadget in the market, examine **FIVE (5)** elements of promotion mix that can help ABC Smart Tech Company.

*Syarikat ABC Smart Tech baru sahaja melancarkan alat baharu yang dikenali sebagai "Pembantu Pintar InnoSync". Dalam memastikan jualan alat tersebut berjaya di pasaran, kenalpasti **LIMA (5)** elemen campuran promosi yang boleh membantu Syarikat ABC Smart Tech.*

[15 marks]

[15 markah]

SOALAN TAMAT