

SULIT



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

JABATAN KEJURUTERAAN AWAM

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI JUN 2018

DCW5192 : FUNDAMENTAL OF MARKETING

TARIKH : 16 NOVEMBER 2018

MASA : 8.30 PAGI - 10.30 PAGI (2 JAM)

Kertas ini mengandungi TUJUH (7) 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) Organization are not only trying to satisfy their customers' needs but also looking after the well-being of the whole society. These marketing orientations which influence marketing in a firm are production, product, sales, marketing and holistic marketing.

Define the marketing orientation below :

Organisasi bukan sahaja berusaha memenuhi keperluan pelanggan tetapi juga menjaga kesejahteraan masyarakat. Orientasi pemasaran yang mempengaruhi pemasaran dalam firma adalah pengeluaran, produk, jualan, pemasaran dan pemasaran holistik. Takrifkan orientasi pemasaran di bawah:

- i. Marketing concept / *Pemasaran*

[2.5 marks]

[2.5 markah]

- ii. Product concept / *Produk*

[2.5 marks]

[2.5 markah]

CLO1
C2

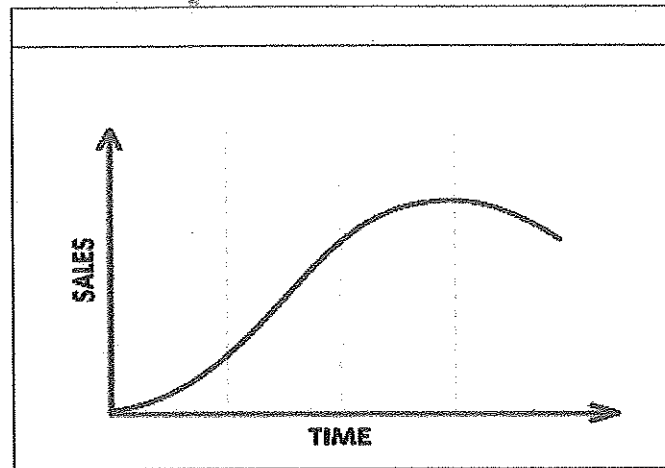
- b) Explain **FOUR (4)** elements in micro environment.

Jelaskan EMPAT (4) elemen dalam persekitaran mikro.

[8 marks]

[8 markah]

c)

Figure Q1 (c) / *Rajah S1 (c)*CLO1
C3

In launching new product it is important to a firm to understand the cycle referring to **Figure Q1 (c)**. Interpret the **Figure Q1 (c)** above.

*Dalam pelancaran produk baru adalah penting untuk firma memahami kitaran yang merujuk kepada **Rajah S1 (c)**. Tafsirkan **Rajah S1 (c)** di atas.*

[12 marks]

[12 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

- CLO1
C1
- a) List down **THREE (3)** types of consumer product and **TWO (2)** types of industrial product.
Senaraikan TIGA (3) jenis produk pengguna dan DUA (2) jenis produk industri.
- [5 marks]
[5 markah]
- CLO1
C2
- b) Marketers need to set a price that will generate sufficient revenue to cover the costs production, marketing, and a fair rate of return for very level of production. Explain the following terms;
Pemasar perlu menetapkan harga yang akan menjana pendapatan yang mencukupi untuk menampung kos pengeluaran, pemasaran dan kadar pulangan yang wajar bagi setiap tahap pengeluaran. Terangkan maksud yang berikut;
- i. price / harga
 - ii. total cost / kos keseluruhan
 - iii. fixed cost / kos tetap
 - iv. variable cost / kos berubah
- [8 marks]
[8 markah]
- CLO1
C3
- c) Interpret each steps involved in developing effective communication.
Jelaskan secara terperinci setiap langkah-langkah yang terlibat dalam membangunkan komunikasi yang berkesan.
- [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) Using the example of a retailer, identify the marketing activities that can contribute to maximizing consumption, consumer satisfaction, consumer choice and quality of life.
Dengan menggunakan contoh seorang peruncit, kenalpasti aktiviti pemasaran yang boleh menyumbang kepada penggunaan maksima, kepuasan pengguna, pilihan pengguna dan kualiti hidup.

[10 marks]

[10markah]

CLO1
C3

- b) Interpret each levels of target market below;
Jelaskan secara terperinci sasaran pasaran di bawah;

- i. Mass marketing / *Pemasaran Massa*
- ii. Segment Marketing / *Pemasaran Segmen*
- iii. Niche marketing / *Pemasaran Niche*
- iv. Micro Marketing / *Pemasaran Mikro*
- v. Local Marketing / *Pemasaran Tempatan*

[15 marks]

[15 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

CLO1
C2

- a) Differentiate consumer market and business market.

Berikan perbezaan pasaran pengguna dan pasaran perniagaan.

[10 marks]

[10 markah]

CLO1
C3

- b) Interpret the following stages in new-product development process;

Jelaskan secara terperinci peringkat proses pembangunan produk baru yang berikut;

- i. idea generation / *penjanaan idea*
- ii. idea screening / *tapisan idea*
- iii. concept development and testing / *pembangunan konsep dan ujian*
- iv. marketing strategy development / *pembangunan strategi pasaran*
- v. product development / *pembangunan produk*

[15 marks]

[15 markah]

QUESTION 3

SOALAN 3

CLO1
C2

- a) Describe the decision process in developing new product.

Jelaskan proses pembuatan keputusan di dalam pembangunan produk baru .

[10 marks]

[10 markah]

CLO1
C3

- b) List down in detail FIVE (5) price adjustment strategies.

Senaraikan secara terperinci LIMA(5) strategi pelarasan harga.

[15marks]

[15 markah]

QUESTION 4

SOALAN 4

CLO1
C2

- (a) Identify external factors and internal factors that influence setting price.

Kenalpasti faktor luaran dan faktor dalaman yang mempengaruhi penetapan harga barang.

[10 marks]

[10 markah]

CLO1
C3

- (b) Promotional tools are tactics or activities which are planned and executed to persuade consumers to buy products or services. Interpret FIVE (5) promotional tools in marketing.

Kaedah promosi adalah taktik atau aktiviti yang dirancang dan dilaksanakan bagi mempengaruhi pengguna untuk membeli produk atau perkhidmatan. Jelaskan secara terperinci LIMA (5) kaedah promosi dalam pemasaran.

[15 marks]

[15 markah]

SOALAN TAMAT