

**SULIT**



**BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN  
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK  
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI**

**JABATAN KEJURUTERAAN AWAM**

**PEPERIKSAAN AKHIR  
SESI DISEMBER 2016**

**DCW5192 : FUNDAMENTAL OF MARKETING**

**TARIKH : 13 APRIL 2017  
MASA : 8.30 AM - 10.30 AM (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) List down **FIVE (5)** factors which affect the marketings' microenvironment.  
*Senaraikan LIMA (5) faktor yang mempengaruhi persekitaran pasaran mikro.*
- [5 marks]  
[5 markah]
- CLO1  
C2
- (b) Explain the benefits of marketing segmentation.  
*Terangkan kelebihan membuat segmentasi pasaran.*
- [8 marks]  
[8 markah]

CLO1  
C3

(c)

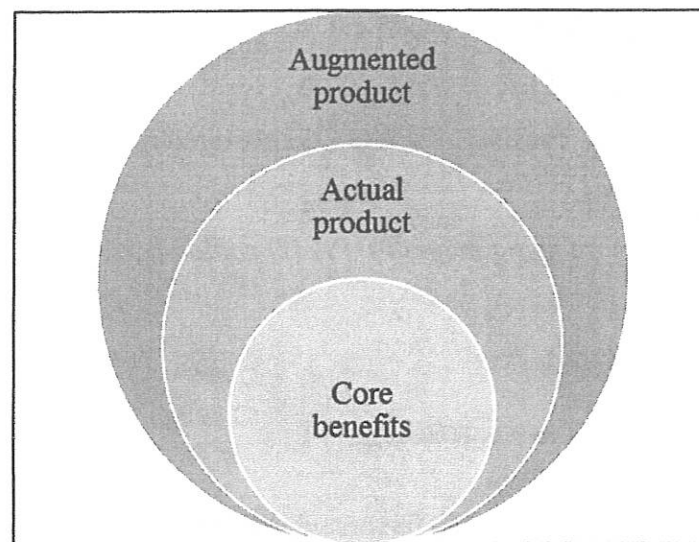


Figure Q1(c)

Figure Q1(c) shows the three levels that make up the total product concept. Interpret these three levels.

*Rajah S1(c) menunjukkan tiga peringkat yang membentuk konsep keseluruhan produk. Terangkan tiga peringkat tersebut.*

[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  
C1

(b) Draw the demand and supply curves.

*Lukiskan keluk permintaan dan penawaran.*

[5 marks]  
[5 markah]

CLO1  
C3

(c) List down strategies used in adjusting price.

*Senaraikan strategi-strategi yang digunakan dalam pelarasan harga.*

[5 marks]  
[5 markah]

CLO1  
C3

(d) Interpret **FIVE (5)** major promotion tools in successful communication in marketing.

*Huraikan LIMA (5) kaedah promosi utama kepada komunikasi pemasaran yang berjaya.*

[10 marks]

[10 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  
C1

(a) The marketing environment consists of microenvironment and macroenvironment.

*Persekitaran pemasaran ini terdiri daripada persekitaran mikro dan persekitaran makro.*

i. State the definition of microenvironment.

*Nyatakan definisi persekitaran mikro.*

[2 marks]  
[2 markah]

ii. List the factors for microenvironment.

*Senaraikan faktor-faktor bagi persekitaran mikro.*

[3 marks]  
[3 markah]

CLO1  
C2

(b) Explain demographic environment and provide one appropriate example.

*Terangkan persekitaran demografi dan sertakan satu contoh yang sesuai.*

[8 marks]  
[8 markah]

(c) Explain the base of segmentations and give an example for each of the following perspectives.

*Terangkan asas segmentasi dan berikan contoh bagi setiap perspektif berikut.*

i. Demography

*Demografi*

ii. Geography

*Geografi*

iii. Psychograph

*Psikografi*

iv. Behavioral

*Tingkah laku*

[12 marks]

[12 markah]

**QUESTION 2**  
**SOALAN 2**

CLO1  
C2

(a) Market segmentation is a process of dividing market with different characteristics, styles and needs to the target market.

*Segmentasi pasaran adalah satu proses pembahagian pasaran mengikut ciri-ciri yang berbeza, gaya hidup dan keperluan pada pasaran sasaran.*

i. Explain briefly the level of market segmentation.

*Terangkan secara ringkas tahap dari segmentasi pasaran.*

[4 marks]

[4 markah]

ii. Explain **FOUR (4)** advantages of Niche market.

*Terangkan EMPAT (4) kelebihan pasaran Niche.*

[6 marks]

[6 markah]

CLO1  
C3

(b) i. Define the steps in a new-product development.

*Takrifkan langkah-langkah dalam membangunkan produk baru.*

[5 marks]

[5 markah]

ii. Relate the stages of product life cycle in product management.

*Kaitkan peringkat kitaran hayat produk dalam pengurusan produk.*

[10 marks]

[10 markah]

**QUESTION 3**

**SOALAN 3**

CLO1  
C1

(a) State the decision making process in developing a product or service stated below:

*Nyatakan proses membuat keputusan dalam membangunkan produk atau perkhidmatan yang terdiri daripada:*

i. Individual product decisions.

*Keputusan produk individu.*

ii. Product line decisions.

*Keputusan produk aliran.*

iii. Product mix decisions.

*Keputusan produk campuran.*

[9 marks]

[9 markah]

CLO1  
C2

(b) Discuss the initial pricing strategies of a new product.

*Bincangkan strategi penentuan harga bagi produk baru.*

i. Product line pricing.

*Harga produk aliran.*

ii. Optional- product pricing.

*Harga produk pilihan.*

[4 marks]

[4 markah]

CLO1  
C3

- (c) Marketers sometimes offer discounts to their customer as a reward. Relate **FOUR (4)** types of discounts.  
*Pemasar kadangkala menawarkan diskaun kepada pelanggan sebagai ganjaran. Kaitkan secara ringkas EMPAT (4) jenis diskaun.*

[12 marks]  
[12 markah]**QUESTION 4**  
**SOALAN 4**CLO1  
C1

- (a) Define **FIVE (5)** Price Adjustment Strategies.  
*Huraikan LIMA (5) Strategi Pelarasan Harga.*

- i. Discount and allowance pricing.

*Harga diskaun dan elaun.*

- ii. Segmented pricing.

*Harga pemetakan.*

- iii. Psychology pricing.

*Harga psikologi.*

- iv. Promotional pricing.

*Harga promosi.*

- v. Geographical pricing.

*Harga geografi.*[5 marks]  
[5 markah]CLO1  
C2

- (b) Discuss **FIVE (5)** main aspects of a promotional mix and its examples.  
*Bincangkan LIMA (5) aspek utama promosi campuran berserta contoh.*

[8 marks]  
[8 markah]CLO1  
C3

- (c) Illustrate and define **NINE (9)** elements of the communication process.  
*Gambarkan dan berikan maksud SEMBILAN (9) elemen-elemen proses komunikasi.*

[12 marks]  
[12 markah]**SOALAN TAMAT**