

SULIT



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

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI JUN 2016

DPM1013: PRINCIPLES OF MARKETING

TARIKH : 23 OKTOBER 2016

MASA : 8.30 AM - 10.30 AM (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **LAPAN BELAS (18)** halaman bercetak.

Bahagian A: Objektif (25 soalan)

Bahagian B: Struktur (3 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

SECTION A: 25 MARKS
BAHAGIAN A: 25 MARKAH

INSTRUCTION:

This section consists of **TWENTY FIVE (25)** objective questions. Answer **ALL** questions in the answer booklet.

ARAHAN:

Bahagian ini mengandungi DUA PULUH LIMA (25) soalan objektif. Jawab SEMUA soalan dalam buku skrip jawapan.

CLO 1
C1

1. Which of the following statements refers to marketing?

Yang manakah pernyataan di bawah merujuk kepada pemasaran?

- A. Marketing is term used to refer only to the sales function within a firm.
Pemasaran merujuk kepada terma yang digunakan untuk menerangkan fungsi jualan di antara firma.
- B. Marketing managers do not usually involved in production or distribution decisions.
Pengurus pemasaran biasanya tidak terlibat di dalam keputusan pengeluaran dan pengagihan
- C. Marketing is an activity that considers only the needs of the organization; not the needs of society as a whole.
Pemasaran adalah aktiviti yang hanya mengambilkira kepentingan organisasi; bukan kepentingan masyarakat keseluruhannya.
- D. Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners and society at large.
Pemasaran adalah aktiviti, set institusi, dan proses untuk mencipta, berkomunikasi, menyampaikan dan bertukar-tukar penawaran yang mempunyai nilai kepada pelanggan, rakan niaga, rakan-rakan dan masyarakat umum.

CLO1
C2

2. Today, marketing is understood in terms of making a sale and _____.

Hari ini, pemasaran difahami dari segi membuat jualan dan _____.

- A. understanding customer value
memahami nilai pelanggan
- B. satisfying customer needs
memenuhi keperluan pelanggan
- C. making profits
Membuat keuntungan
- D. advertising
pengiklanan

CLO 1
C1

3. _____ consist of the actors and forces outside marketing that affect marketing management's ability to build and maintain successful relationships with target customers.

_____ terdiri daripada kuasa dan faktor luaran pemasaran yang memberi kesan kepada kemampuan pengurusan pemasaran dalam membina dan mengekalkan transaksi dengan sasaran pelanggan.

- A. The company microenvironment
Persekitaran mikro syarikat
- B. The company macroenvironment
Persekitaran makro syarikat
- C. The company internal environment
Persekitaran dalaman syarikat
- D. The marketing environment
Persekitaran pemasaran

CLO 1
C1

4. Which of the following statements describe business market?

Manakah antara pernyataan di bawah menjelaskan tentang pasaran perniagaan?

- i. More complex and formal buying decision
Keputusan pembelian yang lebih kompleks dan formal.
- ii. More direct distribution structure.
Struktur agihan yang lebih langsung.
- iii. Used of leasing is greater.
Lebih menggunakan kaedah sewaan/pajakan.
- iv. Involves personal consumption.
Melibatkan penggunaan peribadi.

- A. i and ii
- B. i, ii and iii
- C. ii, iii and iv
- D. All of the above
Semua yang di atas

CLO 1
C1

5. Consumer market is _____ compared to business market.

Pasaran pengguna adalah _____ berbanding pasaran pengguna niaga.

- A. more direct
lebih secara langsung
- B. more professional
lebih profesional
- C. more personal
lebih peribadi
- D. more larger
lebih besar

CLO 1
C1

6. The task of dividing the total market into smaller segments is called _____.

Tugas membahagikan pasaran yang besar ke segmen pasaran yang lebih kecil dikenali sebagai _____.

- A. positioning
kedudukan
- B. targeting
mensasarkan
- C. differentiation
membezakan
- D. segmentation
segmentasi

CLO 1
C1

7. When New Entrepot Shipping company uses targeted marketing, it targets several segments and designs separate offers for each segment. This approach is called _____ marketing.

Apabila syarikat perkapalan New Entrepot melaksanakan penyasaran pemasaran, ia mensasarkan kepada segmen tertentu dan menawarkan rekaan yang berasingan bagi setiap satu segmen. Pedekatan ini dipanggil sebagai pemasaran _____.

- A. undifferentiated
tidak terbeza
- B. differentiated
terbeza
- C. targeted
sasaran
- D. individual
individu

CLO 1
C2

8. The use of hair spray can be beneficial to enhance heavy hair growth and reduce grey hair is found on the product by the marketing positioning for the following categories:

Penggunaan semburan rambut dapat memberi kebaikan untuk pertumbuhan rambut yang lebat dan mengurangkan uban di kepala adalah tawaran pemosisian produk oleh pemasaran bagi kategori berikut:

- A. Benefit offered
Tawaran faedah
- B. Product attribute
Ciri-ciri produk
- C. Product class
Kelas produk
- D. Against a competitors
Berlawanan dengan pesaing

CLO 2
C2

9. Features such as brand and logo are part of _____ product.

Ciri-ciri seperti jenama dan logo adalah sebahagian dari _____ produk.

- A. core
asas
- B. augmented
tambahan
- C. actual
sebenar
- D. follow up
ikutan

CLO 2
C2

10. Capital items are different compared to materials and parts in the sense that capital items are _____ going to be part of the product.

Item modal adalah berbeza berbanding bahan-bahan dan bahagian-bahagian dari sudut di mana item modal _____ menjadi sebahagian daripada produk.

- A. not
tidak
- B. must
mesti
- C. suitable
sesuai
- D. whole
keseluruhan

CLO 2
C1

11. The type of market that consists of many buyers and sellers trading in a uniform commodity such as wheat or copper is called:

Jenis pasaran yang terdiri daripada ramai pembeli dan penjual yang berdagang dalam barangan komoditi yang serupa seperti gandum atau tembaga dipanggil :

- A. pure competition
persaingan tulen
- B. monopolistic competition
persaingan monopolistic
- C. oligopolistic competition
persaingan oligopolistic
- D. pure monopoly
monopoli tulen

CLO 2
C1

12. The process of setting a high price for a new product to gain maximum revenues layer by layer from the segments that willing to pay the high price is called:

Proses menetapkan harga yang tinggi bagi produk baru untuk mendapatkan hasil maksimum mengikut lapisan daripada segmen yang sanggup membayar harga yang mahal dipanggil :

- A. market-penetration pricing
penentuan harga penembusan pasaran
- B. market- layer pricing
penentuan harga pasaran lapisan
- C. market-skimming pricing
penentuan harga penarahan pasaran
- D. market-saturation pricing
penentuan harga pasaran tepu

CLO 2
C2

13. Companies with _____ can set lower prices that result in greater sales and profits.

Syarikat dengan _____ boleh menetapkan harga yang lebih rendah yang menghasilkan jualan dan keuntungan yang besar

- A. lower costs
kos yang lebih rendah
- B. higher costs
kos yang lebih tinggi
- C. larger supply ratios
nisbah bekalan yang lebih besar
- D. lower market share percentage
peratusan saham pasaran yang lebih rendah

CLO 2
C2

14. Most of the company normally raise their product price because _____.

Kebanyakan syarikat kebiasaannya menaikkan harga produk mereka kerana _____.

- A. excess capacity
lebih kapasiti
- B. to boost sales volume
ingin tingkatan jumlah jualan
- C. over demand of the product
lebih permintaan terhadap produk
- D. to win a larger market share
ingin memenangi syer pasaran yang lebih besar

CLO 2
C2

15. Bella Aumora Sdn Bhd is launching a new scarf, called the Bells Scarf. The Product Manager has suggested a pricing strategy goal is to attract a large number of customers quickly, and to win market share. This pricing strategy known as _____.

Syarikat Bella Aumora Sdn. Bhd. akan melancarkan jualan tudung terbaharu yang dinamakan Bells Scarf. Pengurus Produk telah mencadangkan agar strategi harga adalah untuk menarik ramai pelanggan dengan cepat dan untuk memenangi perkongsian pasaran. Strategi perletakan harga ini dikenali sebagai _____.

- A. Value based pricing
perletakan harga berasakan nilai
- B. Market share pricing
perletakan harga perkongsian pasaran
- C. Market skimming pricing
penarahan pasaran
- D. Market penetration pricing
penembusan pasaran

CLO 2
C1

16. Most producers use _____ to bring their products to market.

Kebanyakan pengeluar menggunakan _____ untuk membawa produk mereka ke pasaran.

- A. supplier
pembekal
- B. intermediaries
orang tengah
- C. customer
pelanggan
- D. agents
ejen

CLO 2
C1

17. A set of interdependent organizations involved in the process of making a product or service available for use or consumption by the consumer or business user is called a _____.

Satu set organisasi bebas yang terlibat di dalam proses memastikan produk atau perkhidmatan dapat digunakan oleh pengguna atau peniaga dikenali sebagai _____.

- A. Competitor
Pesaing
- B. Supplier
Pembekal
- C. logistics
logistic
- D. marketing channel
saluran pemasaran

CLO 2
C2

18. AuraWater sells water filter only through its door-to-door sales agent. It shows AuraWater is using _____ marketing channel.

AuraWater menjual penapis air melalui ejen jualan dari pintu ke pintu. Ini menunjukkan AuraWater menggunakan saluran pemasaran _____.

- A. Indirect
tidak langsung
- B. direct
langsung
- C. selective
terpilih
- D. Inclusive
inklusif

CLO 2
C2

19. Using manufacturer's representatives or sales branches is usually a characteristic of _____ channel.

Menggunakan wakil jualan pengeluar atau cawangan adalah salah satu ciri saluran _____.

- A. business marketing
pemasaran perniagaan
- B. customer marketing
pemasaran pelanggan
- C. service marketing
pemasaran perkhidmatan
- D. direct marketing
pemasaran langsung

CLO 3
C3

20. Indirect marketing channel happen when _____

Saluran pasaran tidak langsung berlaku apabila _____.

- A. producer use intermediaries to transport their product
pengeluar menggunakan perantara pemasaran untuk mengangkut produk mereka
- B. producer use retailer to promote their product
pengeluar menggunakan peruncit untuk mempromosikan produk mereka
- C. reseller use jobber to supply their product
penjual menggunakan pengedar untuk membekalkan produk mereka
- D. reseller use their own salesperson to distribute their product
penjual menggunakan jurujual sendiri untuk mengagihkan produk mereka

CLO 3
C3

21. Which of the following statements best generalize the importance of marketing channel?

Manakah antara pernyataan berikut dapat memberi rumusan terbaik berkaitan dengan kepentingan saluran pemasaran?

- A. Marketing intermediaries makes sure the products reach the right end user at the right time, at the right place and in the right quantity
Orang tengah pemasaran memastikan produk sampai kepada pengguna akhir yang betul pada masa yang betul, ditempat yang betul dan dalam kuantiti yang betul.
- B. The role of marketing intermediaries is to transform the assortment of products wanted by the consumers.
Orang tengah pemasaran berperanan untuk mengubah kepelbagaian produk yang dikehendaki oleh pengguna.
- C. Marketing intermediaries facilitate the movement of products and services from the manufacturer to the retailer
Orang tengah pemasaran memudahkan pergerakan produk dan perkhidmatan daripada pengeluar kepada peruncit.
- D. Many activities involved in order to get the right amount of the right product at the right place and at the right time at the lowest possible cost
Banyak aktiviti terlibat untuk membawa sejumlah produk yang tepat ke tempat yang betul, pada masa yang betul dan pada kos serendah yang mungkin.

CLO 3
C2

22. One way to measure the _____ effect of advertising is to compare past sales and past advertising expenditures.

Salah satu cara untuk mengukur kesan _____ pengiklanan adalah dengan membandingkan jumlah jualan yang lepas dengan jumlah perbelanjaan pengiklanan yang telah dibelanjakan.

- A. sales
jualan
- B. promotion
promosi
- C. marketing
pemasaran
- D. media
media

CLO 3
C3

23. "Buy One, Get One Free"

Which of the following sales promotion tools describe the above statement?

"Beli satu percuma satu"

Manakah di antara alat promosi jualan berikut menerangkan pernyataan di atas?

- A. Premiums
Premium
- B. Price packs
Tawaran berkembar
- C. Special offer
Tawaran istimewa
- D. Cash refund offer
Tawaran pulangan tunai

CLO 3
C3

24. What is the function of Pull Strategy?

Apakah fungsi Strategi Tarik?

- A. Promoting products to retailers
Mempromosikan produk kepada peruncit
- B. Promoting products to the target market to create demand
Mempromosikan produk ke pasaran sasaran untuk mewujudkan permintaan
- C. Personal selling and direct mail are aimed at the retailers
Jualan peribadi dan mel langsung bertujuan untuk peruncit
- D. Creating the demand from the retailers
Mewujudkan permintaan daripada peruncit

CLO 3
C3

25. Royale Airlines has been suffering from various negative rumours recently. In order to respond to those negative rumours, the most suitable promotional strategy that could be used is _____.

Royale Airlines telah mengalami pelbagai khabar angin yang negatif sejak kebelakangan ini. Bagi memberi respon yang sesuai kepada khabar angin tersebut, kaedah promosi yang sesuai digunakan ialah _____.

- A. advertising
pengiklanan
- B. personal selling
penjualan peribadi
- C. sales promotion
promosi Jualan
- D. public relation
hubungan Awam

SECTION B : 75 MARKS**BAHAGIAN B : 75 MARKAH****INSTRUCTION:**

This section consists of **THREE (3)** structure questions. Answer **ALL** questions.

ARAHAN:

Bahagian ini mengandungi **TIGA (3)** soalan struktur. Jawab **SEMUA** soalan.

QUESTION 1**SOALAN 1**

- (a) Describe **THREE (3)** major trends and forces that change the marketing landscape and challenging marketing strategy.

Huraikan TIGA (3) corak dan tekanan yang mengubah lanskap pemasaran dan strategi pemasaran mencabar.

[15 marks]

[15 markah]

- (b) Briefly explain **FOUR (4)** Micro-environmental factors that affect business organizations.

Terangkan secara ringkas EMPAT (4) faktor persekitaran mikro yang boleh mempegaruhi organisasi perniagaan.

[10 marks]

[10 markah]

CLO 1
C1

CLO 1
C2

QUESTION 2**SOALAN 2**

Market segmentation reveals the firm's market segment opportunities. The firm must evaluate the various segment and decide which target segment can serve best.

CLO 2
C1

Segmentasi pemasaran membuka peluang sasaran pasaran syarikat. Syarikat perlu menilai pelbagai segmen dan memilih segmen sasaran yang terbaik.

- (a) (i) Define market targeting.

Takrifkan penyasaran pemasaran.

[3 marks]

[3 markah]

- (ii) Describe **FOUR (4)** bases for segmenting consumer market.

Terangkan EMPAT (4) asas dalam mensegmenkan pasaran pengguna.

[12 marks]

[12 markah]

Product life cycle is the course of a product's sales and profit over its lifetime. The product lifecycle have four distinct stages.

Kitaran hayat produk adalah berkaitan jualan produk dan keuntungan sepanjang masa.

Kitaran hayat produk mempunyai empat tahap berbeza.

- (b) Based on the Figure 1, discuss situation in Stage 1 and Stage 3 in terms of sales, cost, competitors and marketing objectives.

Merujuk Gambarajah 1, bincangkan situasi pada Tahap 1 dan Tahap 3 berdasarkan

jualan, kos, pesaing dan objektif pemasaran.

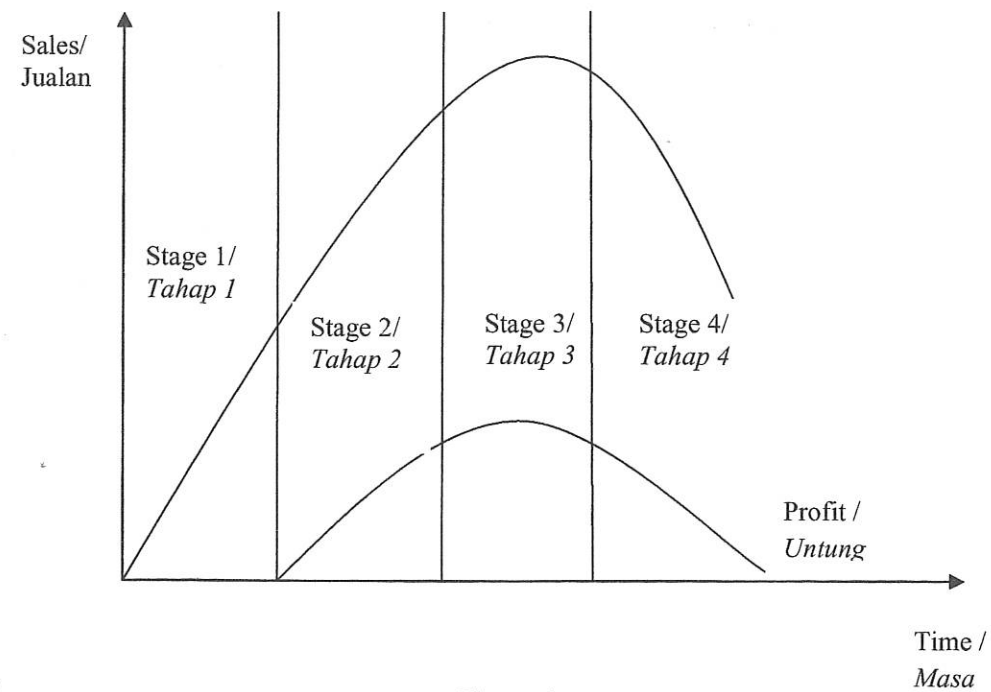
CLO 2
C2

Figure 1
Gambarajah 1

[10 marks]
[10 markah]

QUESTION 3

SOALAN 3

CLO 3
C2

(a) Give any **FIVE (5)** tools of marketing communication mix by providing an appropriate example.

Berikan mana-mana LIMA (5) alat campuran komunikasi pemasaran dengan mengemukakan contoh yang sesuai.

[10 marks]

[10 markah]

CLO 3
C3

(b) Discuss the following objectives of marketing communication mix:

Bincangkan objektif campuran komunikasi pemasaran berikut:

i) Inform
Memberitahu

[4 marks]

[4 markah]

ii) Persuade
Mempengaruhi

[3 marks]

[3 markah]

iii) Remind
Mengingat

[3 marks]

[3 markah]

CLO 3
C4

(c) Point out **FIVE (5)** benefits of the internet marketing to a company.

Tunjukkan LIMA (5) manfaat/faedah pemasaran internet kepada syarikat.

[5 marks]

[5 markah]

SOALAN TAMAT