

SULIT



BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN  
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK  
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI DISEMBER 2015

**DPM3023 : NEW PRODUCT DEVELOPMENT AND BRANDING**

TARIKH :03 APRIL 2016

MASA :8.30AM – 10.30AM (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)** structure questions. Answer **ALL** questions.

**ARAHAN:**

*Bahagian ini mengandungi EMPAT (4) soalan struktur. Jawab SEMUA soalan.*

**QUESTION 1****SOALAN 1**

CLO1  
C1

(a) i. Define 'product'.

*Berikan definisi 'produk'.*

[3 marks]

[3 markah]

CLO1  
C2

ii. New products must begin with ideas. Explain **FOUR (4)** resources for a firm to generate ideas in creating new product. Include suitable examples.

*Produk baru harus bermula dengan idea. Terangkan EMPAT (4) sumber bagi firma menjana idea untuk mencipta produk baru. Sertakan contoh yang bersesuaian.*

[12 marks]

[12 markah]

CLO1  
C2

(b) There are six categories of new product. Explain **FOUR (4)** categories of new product and give example for each of them.

*Terdapat enam kategori produk baru. Terangkan EMPAT (4) kategori produk baru dan berikan contoh bagi setiap kategori yang diterangkan.*

[10 marks]

[10 markah]

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

CLO1  
C2

(a) i. Define brand.

*Definisikan jenama.*

[4 marks]  
[4 markah]

ii. Define brand equity.

*Definisikan ekuiti jenama.*

[4 marks]  
[4 markah]

iii. State SEVEN (7) visual brand languages.

*Nyatakan TUJUH (7) bahasa visual jenama.*

[7 marks]  
[7 markah]

CLO1  
C2

(b) Brand personality is “the set of human characteristics associated with a brand.”

Explain FIVE (5) importances of brand personality.

*Personaliti jenama adalah “suatu set karakter umpama manusia yang dikaitkan dengan sesuatu jenama tertentu”. Jelaskan LIMA (5) kepentingan personaliti jenama.*

[10 marks]  
[10 markah]

**QUESTION 3**  
**SOALAN 3**

CLO3  
C1

(a) Describe how company’s marketing mix strategies are implemented in the introduction stage of product life cycle.

*Jelaskan bagaimana strategi campuran pemasaran syarikat dilaksanakan di peringkat pengenalan dalam kitaran hayat produk.*

[10 marks]  
[10 markah]

CLO3  
C2

(b) Discuss the dimensions of product-mix by using an example of a company.

*Bincangkan dimensi campuran produk dengan menggunakan contoh sebuah syarikat.*

[10 marks]  
[10 markah]

CLO3  
C3

(c) Product line filling is a strategy to add more items within the present range of the line. List FIVE (5) reasons for line filling strategy.

*Pengisian lini produk adalah satu strategi untuk menambahkan bilangan item ke dalam senarai produk sedia ada. Senaraikan LIMA (5) alasan untuk strategi pengisian lini produk.*

[5 marks]  
[5 markah]

**QUESTION 4**  
**SOALAN 4**

- CLO3  
C1
- (a) Describe Co-brands with an example.  
*Huraikan Jenama Bersama beserta contoh.*
- [5 marks]  
[5 markah]
- CLO3  
C2
- (b) Explain **TWO (2)** advantages of brand name decision as stated below:  
*Jelaskan DUA (2) kebaikan keputusan nama jenama di bawah:*
- i. Individual brand name/ *Nama jenama individu*
  - ii. Blanket brand name/ *Nama jenama blanket*
  - iii. Separate family name/ *Nama keluarga berasingan*
- [15 marks]  
[15 markah]
- CLO3  
C3
- (c) Discuss any **TWO (2)** types of brand sponsor decision.  
*Bincangkan mana-mana DUA (2) jenis keputusan jenama tajaan.*
- [5 marks]  
[5 markah]

**SOALAN TAMAT**