

SULIT



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

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI JUN 2016

DPM3023: NEW PRODUCT DEVELOPMENT AND BRANDING

**TARIKH : 03 NOVEMBER 2016
MASA : 8.30 AM – 10.30 AM (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) New products are goods and services that differ significantly in their characteristics or intended uses from products previously produced by the firm.

Describe **FIVE (5)** categories of new products.

Produk baru merupakan barangan dan perkhidmatan yang mempunyai ciri-ciri dan penggunaan yang berbeza daripada produk terdahulu keluaran syarikat.

Jelaskan LIMA (5) kategori bagi produk baru.

[10 marks]

[10 markah]

CLO1
C2

- (b) New product development process is a process of developing a new product or service for the market.

Proses pembangunan produk baru adalah satu proses membangunkan produk baru atau perkhidmatan untuk pasaran.

- i. Identify the steps in the new product development process.

Kenalpasti langkah dalam proses membangunkan produk baru.

[8 marks]

[8 markah]

- ii. Explain any **TWO (2)** steps from the process.

Jelaskan mana-mana dua langkah dalam proses tersebut.

[7 marks]

[7 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

Brand is a term, sign, symbol or design or combination of them, intended to identify the goods or services of one seller and to differentiate them from those of competitors.

Jenama ialah suatu terma, tanda, symbol atau rekabentuk atau kombinasi di antaranya, digunakan untuk mengenalpasti produk dan perkhidmatan oleh penjual dan membezakan ia dari pesaing.

- CLO1
C1 (a) i. Define visual brand language.
Takrifkan maksud bahasa jenama visual.
- [3 markah]
[3 marks]
- CLO1
C1 ii. Describe SIX (6) visual brand languages.
Terangkan ENAM (6) bahasa visual jenama.
- [12 markah]
[12 marks]
- CLO1
C2 (b) Compare LIMA (5) differences between Brand Identity and Brand Image.
Bandingkan LIMA (5) perbezaan di antara Identiti Jenama dan Imej Jenama.
- [10 marks]
[10 markah]

QUESTION 3

SOALAN 3

- CLO3
C3 (a) There are four stages in Product Life Cycle. Discover FIVE (5) marketing strategies in growth stage of product life cycle.
Terdapat empat peringkat dalam Kitaran Hayat Produk. Kenalpasti LIMA(5) strategi pemasaran dalam peringkat pertumbuhan kitaran hayat produk.
- [15 marks]
[15 markah]
- CLO3
C4 (b) A company's product mix has four important dimensions. Explain these FOUR (4) dimensions.
Campuran produk sesebuah syarikat itu mengandungi EMPAT (4) dimensi yang penting. Terangkan keempat-empat dimensi tersebut.
- [10 marks]
[10 markah]

QUESTION 4

SOALAN 4

- CLO3
C3 (a) Explain **FIVE (5)** brand strategy decisions with suitable example.
Terangkan LIMA (5) keputusan strategi jenama dengan contoh yang bersesuaian.
[10 marks]
[10 markah]
- CLO3
C4 (b) Explain **TWO (2)** of the brand name decisions with suitable example.
Terangkan DUA (2) keputusan nama jenama dengan contoh yang bersesuaian.
[10 marks]
[10 markah]
- CLO3
C5 (c) “Instead of spending millions to create own brand names, some companies uses license names or symbols previously created by other manufacturers.”
Based on the statement above, formulate **TWO (2)** factors that support how the licensed brand helps the company.
“Daripada berbelanja jutaan ringgit bagi mencipta jenama sendiri, sesetengah syarikat menggunakan nama atau simbol yang telah dicipta oleh pengilang lain sebelum ini.”
Berdasarkan kenyataan di atas, rumuskan **DUA (2)** faktor yang menyokong bagaimana penggunaan sesuatu lesen jenama dapat membantu sesebuah syarikat.
[5 marks]
[5 markah]

•
•
•
SOALAN TAMAT