

SULIT



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

JABATAN KEJURUTERAAN AWAM

**PEPERIKSAAN AKHIR
SESI DISEMBER 2015**

DCW5192: FUNDAMENTAL OF MARKETING

**TARIKH : 6 APRIL 2016
MASA : 2.30 PM – 4.30 PM (2 JAM)**

Kertas ini mengandungi **TUJUH (7)** halaman bercetak.
Bahagian A: Subjektif (2 soalan)
Bahagian B: Subjektif (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) State **FIVE (5)** factors which affect the marketing's microenvironment.
Nyatakan LIMA (5) faktor yang mempengaruhi persekitaran mikro pemasaran.
- [5 marks]
[5 markah]
- CLO1
C2 (b) Explain the benefits of marketing segmentation.
Terangkan faedah-faedah pembahagian pemasaran.
- [8 marks]
[8 markah]
- CLO1
C3 (c) Product planners need to think about products and services in three levels. Interpret each of these levels.
*Perancang produk perlu memikirkan produk dan perkhidmatan pada tiga peringkat.
Terangkan setiap peringkat tersebut.*
- [12 marks]
[12 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

- CLO1
C1 (a) List down **FIVE (5)** examples of shopping product.
Senaraikan LIMA (5) contoh produk beli-belah.
- [5 marks]
[5 markah]
- CLO1
C1 (b) List down **FIVE (5)** strategies which are used to adjust product's price.
Senaraikan LIMA (5) strategi yang digunakan untuk melaraskan harga produk.
- [5 marks]
[5 markah]
- CLO1
C3 (c) Illustrate the supply and demand curves.
Lukiskan gambarajah keluk penawaran dan permintaan.
- [5 marks]
[5 markah]
- CLO1
C3 (d) Relate **FIVE (5)** sales promotional tools that can be applied to increase company's sales volumes.
Hubungkan LIMA (5) alat promosi jualan yang boleh digunakan untuk meningkatkan hasil jualan organisasi.
- [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) List down **FIVE (5)** factors which affect the marketing's macroenvironment.
Senaraikan LIMA (5) faktor yang mempengaruhi persekitaran makro pemasaran.
- [5 marks]
[5 markah]
- CLO1
C2 (b) Identify the phases involved in creating value and building customer relationship as stated in the marketing process.
Nyatakan fasa-fasa yang terlibat di dalam mencipta nilai dan membina perhubungan dengan pelanggan seperti yang dinyatakan di dalam proses pemasaran.
- [8 marks]
[8 markah]
- CLO1
C3 (c) Relate **FOUR (4)** characteristics which contribute to an effective market segmentation.
Hubung-kaitkan EMPAT (4) ciri-ciri yang menyumbang kepada pembahagian pasaran yang efektif.
- [12 marks]
[12 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

- CLO1
C2 (a) Differentiate **FIVE (5)** characteristics of mass marketing and niche marketing.
Bezakan LIMA (5) ciri-ciri bagi pemasaran massa dan pemasaran nic.
- [10 marks]
[10 markah]
- CLO1
C3 (b) List **FIVE (5)** characteristics of consumer's convenience product.
Senaraikan LIMA (5) ciri-ciri produk serbaneka pengguna.
- [5 marks]
[5 markah]
- CLO1
C3 (c) Interpret each level in the product life-cycle.
Tafsirkan setiap peringkat di dalam kitaran jangka hayat produk.
- [10 marks]
[10 markah]

QUESTION 3

SOALAN 3

- CLO1
C2 (a) Branding is a very essential decision in the development and marketing of individual products and services. Briefly explain about brand and its functions in marketing.
Penjenamaan merupakan keputusan yang sangat penting di dalam pembangunan dan pemasaran produk dan perkhidmatan sulung. Jelaskan secara terperinci mengenai jenama dan fungsinya di dalam pemasaran.
- [8 marks]
[8 markah]
- CLO1
C1 (b) List down **FIVE (5)** strategies which are used in new-product pricing decision.
Senaraikan LIMA (5) strategi yang digunakan untuk perletakan harga produk baharu.
- [5 marks]
[5 markah]
- CLO1
C3 (c) Marketers sometimes offer discounts to their customer as a reward. Generalize **FOUR (4)** types of discounts that are often used in marketing.
Kadang-kala pemasar menawarkan diskaun kepada pelanggan sebagai ganjaran. Ringkaskan EMPAT (4) jenis diskaun yang selalu digunakan di dalam pemasaran.
- [12 marks]
[12 markah]

QUESTION 4

SOALAN 4

CLO1
C1(a) List down **FIVE (5)** reasons of product failures in the market.*Senaraikan LIMA (5) sebab kegagalan produk di pasaran.*

[5 marks]

[5 markah]

CLO1
C2(b) Explain **FOUR (4)** types of promotion used in marketing.*Terangkan EMPAT (4) jenis promosi yang digunakan di dalam pemasaran.*

[8 marks]

[8 markah]

CLO1
C3

(c) Interpret the communication process in marketing.

Huraikan proses komunikasi di dalam pemasaran.

[12 marks]

[12 markah]

SOALAN TAMAT