

SULIT

PM302: PRODUCT MANAGEMENT

**SECTION A: 25 MARKS**  
**BAHAGIAN A: 25 MARKAH**

**INSTRUCTION:**

This section consists of **TWENTY FIVE (25)** objective questions. Mark your answers in the OMR form provided.

**ARAHAN :**

*Bahagian ini mengandungi DUA PULUH LIMA (25) soalan objektif. Tandakan jawapan anda di dalam borang OMR yang disediakan*

CLO1  
C1

1. "A form of product that consists of activities, benefits or satisfactions offered for sale that are essentially intangible and do not result in the ownership of anything"  
The definition above refers to:

*"Satu bentuk produk yang mengandungi aktiviti-aktiviti, kebaikan-kebaikan atau kepuasan-kepuasan yang secara asasnya tidak dapat dilihat dan tiada sebarang pemilikan dalam bentuk apa-apa pun juga"*  
*Definisi di atas merujuk kepada :*

- A. Product  
*Produk*
- B. Tangible product  
*Produk ketara*
- C. Ideas  
*Idea*
- D. Services  
*Perkhidmatan*

CLO1  
C1

2. Products include more than just tangible objects such as cars, computers or cell phones. Products also include :

*Produk adalah sesuatu yang lebih daripada objek nyata seperti kereta, komputer atau telefon bimbit. Produk juga termasuk:*

- i. Ideas / *Idea*
- ii. Events / *Peristiwa*
- iii. Instinct / *Naluri*
- iv. Places / *Tempat*

SULIT

**POLITEKNIK**  
Jabatan Pengajian Politeknik

BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN  
JABATAN PENGAJIAN POLITEKNIK  
KEMENTERIAN PENGAJIAN TINGGI

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR  
SESI DISEMBER 2012

PM302: PRODUCT MANAGEMENT

TARIKH : 30 APRIL 2013  
TEMPOH : 2 JAM ( 2.30 PM - 4.30 PM )

Kertas ini mengandungi **LIMA BELAS (15)** halaman bercetak.  
Bahagian A: Objektif (25 soalan)  
Bahagian B: Esei (3 soalan)  
Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

**JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN**

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

SULIT

PM302: PRODUCT MANAGEMENT

*Pernyataan di atas merujuk kepada:*

- A. Core Product  
*Produk teras*
- B. Actual Product  
*Produk sebenar*
- C. Basic Product  
*Produk asas*
- D. Augmented Product  
*Produk tambahan*

CLO1  
C1

5. 'A classification system that helps a business to clearly define its product line by coordinating the addition of new products with existing products'

*'Satu sistem pengkelasan yang membantu sesuatu perniagaan mendefinisikan dengan jelas barisan produknya dengan mengkoordinasikan tambahan produk baru dengan produk-produk sedia ada'*

The definition above refers to:

*Definisi di atas merujuk kepada:*

- A. Product hierarchy  
*Hirarki produk*
- B. Product classes  
*Kelas produk*
- C. Product line  
*Barisan produk*
- D. Product family  
*Keluarga produk*

CLO1  
C1

6. Newspaper is an example of convenience product under :

*Surat khabar adalah satu contoh produk mudah beli di bawah:*

- A. Emergency product  
*Produk kecemasan*
- B. Impulse product  
*Produk gerak hati*

SULIT

PM302: PRODUCT MANAGEMENT

- A. i, ii and iii
- B. i, ii and iv
- C. ii, iii and iv
- D. None of the answers are true / *Tiada satupun jawapan yang benar*

CLO1  
C1

3. "People who buy **Samsung Galaxy II** smartphones are buying more than a cell phone, an e-mail device or personal organizer but they are buying freedom and on-the-go connectivity to people and resources."

*"Orang yang membeli telefon pintar Samsung Galaxy II sebenarnya membeli lebih daripada sebuah telefon bimbit, perkakasan e-mail atau pengurus peribadi tetapi mereka membeli kebebasan dan perhubungan yang berterusan dengan manusia dan sumber"*

Example above refers to:

*Contoh di atas merujuk kepada:*

- A. Core Product  
*Produk teras*
- B. Actual Product  
*Produk sebenar*
- C. Basic Product  
*Produk asas*
- D. Augmented Product  
*Produk tambahan*

CLO1  
C1

- 4.

- A set of attributes and conditions that buyers normally expect and agree to when they purchase a product
- Marketers must provide all benefits that customer need.
- To make customer confident.

- *Satu set ciri-ciri dan kondisi yang selalunya telah dijangka dan dipersetujui oleh pelanggan apabila mereka membeli produk sesuatu produk.*
- *Pemasar mesti menyediakan semua kelebihan-kelebihan yang diperlukan oleh pelanggan.*
- *Untuk membuatkan pelanggan yakin.*

The statement above refers to:

- D. I, II, III, IV
- CLO1  
C3
9. Which of the following is **TRUE** about product hierarchy?  
*Manakah antara berikut adalah **BENAR** berkenaan hirarki produk?*
- A. Need family – Product family – Product class – Product line – Product type – Brand – Item  
*Keluarga keperluan – Keluarga produk – Kelas produk – Lini produk – Jenis produk – Jenama-Item*
- B. Product family – Product class – Product line – Product type – Brand – Item – Need family  
*Keluarga produk – Kelas produk – Lini produk – Jenis produk – Jenama – Item – Keluarga keperluan*
- C. Product family – Product class – Product line – Product type  
*Keluarga produk – Kelas produk – Lini produk – Jenis produk*
- D. Need family - Brand – Item  
*Keluarga keperluan – Jenama - Item*
- CLO2  
C3
10. Choose the **FALSE** statement.  
*Pilih pernyataan yang **SALAH**.*
- A. Brand is a name, term, sign, symbol or design or a combination of them, to identify the goods, or services of one seller or group of sellers and to differentiate them from those of competitors.  
*Jenama adalah nama, terma, tanda, simbol, atau rekabentuk atau gabungan kesemuanya, untuk mengenalpasti barangan, atau perkhidmatan yang ditawarkan oleh seorang penjual atau sekumpulan penjual dan untuk membezakan mereka daripada pesaing-pesaing yang lain.*
- B. A group of products within the product family recognized as having a certain functional coherence is known as item.  
*Sekumpulan produk di kalangan keluarga produk yang dikenali mempunyai fungsi-fungsi tertentu yang berkaitan yang dikenali sebagai item.*
- C. Product family can satisfy a core need with reasonable effectiveness.  
*Produk keluarga dapat memenuhi keperluan utama dengan keberkesanan yang munasabah.*
- D. Product line performs similar function, marketed to the same outlets and sold to the same customers.  
*Lini produk melaksanakan fungsi yang sama, dipasarkan di tempat yang sama dan dijual kepada pembeli yang sama.*

- C. Staples product  
*Produk asas*
- D. Heterogeneous product  
*Produk pelbagai*
- CLO1  
C1
7. Encyclopedias required a lot of advertising to inform customers about its existence and salesperson to provide information and advice to customers while buying it. This encyclopedia is a....  
*Ensiklopedia memerlukan banyak pengiklanan bagi memaklumkan kepada pengguna tentang kewujudannya dan tenaga jualan bagi memberikan maklumat dan khidmat nasihat kepada pelanggan semasa membelinya. Ensiklopedia ini adalah satu....*
- A. Convenience product  
*Produk mudah beli*
- B. Shopping product  
*Produk beli belah*
- C. Specialty product  
*Produk istimewa*
- D. Unsought product  
*Produk tidak dicari*
- CLO2  
C1
8. Identify the factors that contribute to the failure of new product.  
*Kenal pasti faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan produk baru.*
- I. Overestimate market size  
*Terlebih anggaran saiz pasaran*
- II. Price too high  
*Harga yang terlalu tinggi*
- III. Incorrectly positioned  
*Perletakan yang salah*
- IV. Competitors fight back harder than expected  
*Tindakbalas pesaing di luar jangkaan*
- A. I, II, III
- B. I, II, IV
- C. II, III, IV

- B. Product concept  
*Konsep produk*
- C. Idea dissemination  
*Penyebaran idea*
- D. Idea generation  
*Penghasilan idea*

CLO1  
C1

14.

- ❖ Poor timing of launch / *Masa pelancaran yang salah*
- ❖ Improper positioning / *Pemposisian yang kurang tepat*
- ❖ Technical problems in the product / *Masalah teknikal produk*
- ❖ Faulty product idea / *Idea produk yang salah*

Select the suitable description for the statement above.

*Pilih deskripsi yang bersesuaian dengan pernyataan di atas.*

- A. Roles of brand  
*Peranan jenama*
- B. Marketing strategies  
*Strategi pemasaran*
- C. Causes of product failure  
*Punca-punca kegagalan produk*
- D. Issues relating to new product development  
*Isu-isu yang berkaitan dengan pembangunan produk baru*

CLO2  
C1

15. An attractive idea must be developed into a \_\_\_\_\_

*Idea yang menarik mestilah dibangunkan kepada satu \_\_\_\_\_*

- A. Product strategy  
*Strategi produk*
- B. Test market  
*Ujian pasaran*
- C. Product idea

CLO1  
C2

11. What are the TWO (2) ways available for a company to obtain new products?

*Yang manakah merupakan DUA (2) cara bagi syarikat untuk mendapatkan produk baru?*

- A. Line extension and brand management  
*Lanjutan lini dan pengurusan jenama*
- B. Internal development and merger  
*Pembangunan dalaman dan penggabungan*
- C. Service development and product extension  
*Pembangunan perkhidmatan dan perlanjutan produk*
- D. New-product development and acquisition  
*Pembangunan produk baru dan pengambilan*

CLO2  
C1

12. Executives, manufacturing employees and salespeople are examples of \_\_\_\_\_

*Eksekutif, pekerja pengeluaran dan tenaga jualan adalah contoh-contoh bagi \_\_\_\_\_*

- A. Core members of innovation management systems  
*Ahli-ahli teras dalam sistem pengurusan inovasi*
- B. Research and development team members  
*Ahli-ahli kumpulan pembangunan dan kajian*
- C. External sources for new-product ideas  
*Sumber-sumber luaran bagi idea produk baru*
- D. Internal sources for new-product ideas  
*Sumber-sumber dalaman bagi idea produk baru*

CLO2  
C2

13. Baskin Robbins has just brainstormed a large number of ideas to add new products and services after visiting several trade exhibitions. The owners will begin the first idea-reducing stage, called \_\_\_\_\_, to arrive at a realistic number to adopt.

*Baskin Robbins baru mendapatkan idea-idea yang banyak daripada sesi sumbang saran bagi menambahkan produk-produk baru dan perkhidmatannya selepas melawat beberapa pameran perdagangan. Pemiliknya akan memulakan tahap pengurangan idea-idea pertama dikenali sebagai \_\_\_\_\_, bagi mendapatkan beberapa bilangan idea untuk dipilih.*

- A. Idea screening  
*Penapisan idea*

CLO2  
C1

18. Which of the following costs is most likely associated with the commercialization stage of new-product development?

*Kos yang mana di antara berikut yang berkait rapat dengan tahap komersialisasi di dalam proses pembangunan produk baru?*

- A. Developing a prototype of the product  
*Membangunkan satu prototaip produk tersebut*
- B. Building or renting a manufacturing facility  
*Membina atau menyewa kemudahan pengeluaran*
- C. Identifying target market  
*Mengenal pasti sasaran pasaran*
- D. Paying groups of target consumers for product feedback  
*Pembayaran kepada sekumpulan pengguna sasaran bagi maklum balas produk*

CLO1  
C1

19. Select the common issues faced by the marketers relating to the development of new product.

*Pilih isu-isu yang biasa dihadapi oleh pemarkar yang berkaitan dengan pembangunan produk baharu.*

- I. Green marketing  
*Pemasaran hijau*
  - II. Intellectual property rights  
*Hak harta intelek*
  - III. Halal issues  
*Isu-isu Halal*
  - IV. Market research  
*Penyelidikan pasaran*
- A. I, II, III
  - B. I, II, IV
  - C. II, III, IV
  - D. I, II, III, IV

*Idea produk*

- D. Product concept  
*Konsep produk*

CLO1  
C3

16. "Sony used to enjoy a three-year lead on its new products. Now Panasonic has copied the product within months, leaving hardly enough time for Sony to recoup its investment."

Choose the **BEST** cause of product failure shown in the statement above.

*"Sony telah mendahului selama tiga tahun bagi produk barunya. Apabila Panasonic dapat meniru produk Sony dalam masa yang singkat, keadaan ini telah menyebabkan kesukaran bagi Sony untuk mendapatkan semula pelaburannya."*

*Pilih punca kegagalan produk **TERBAIK** seperti yang telah dinyatakan di dalam pernyataan di atas.*

- A. Social and government constraints  
*Halangan kerajaan dan sosial.*
- B. Capital shortages  
*Kekurangan modal*
- C. Shorter product life cycles  
*Kitaran hayat produk yang singkat*
- D. Fragmented markets  
*Perpecahan pasaran*

CLO1  
C3

17. Skimming and penetration strategies can be used as a pricing strategy when introducing a product. These strategies are normally used in which stage of PLC?

*Strategi penembusan dan penarahan harga selalunya digunakan apabila memperkenalkan sesuatu produk baru. Strategi-strategi ini selalunya digunakan di dalam tahap yang mana di dalam Kitaran Hayat Produk.*

- A. Decline  
*Penurunan*
- B. Maturity  
*Kematangan*
- C. Introduction  
*Pengenalan*
- D. Growth  
*Pertumbuhan*



CLO2  
C1

22. Repositioning are :

*Pemposisian semula adalah:*

- A. Old products in new market  
*Produk lama dalam pasaran baru*
- B. Old brands in new markets  
*Jenama lama dalam pasaran baru*
- C. New applications for existing products  
*Aplikasi baru bagi produk sedia ada*
- D. New brands for existing products  
*Jenama baru bagi produk sedia ada*

CLO2  
C1

23. The ability to try a new product on a limited basis is called:

*Keupayaan mencuba satu produk baru dalam tempoh yang terhad dikenali sebagai \_\_\_\_\_*

- A. Trial  
*Percubaan*
- B. Divisibility  
*Keadaan yang dapat dibahagikan*
- C. Communicability  
*Boleh dikomunikasikan*
- D. Complexity  
*Kerumitan*

CLO1  
C124. The roles of brand below are incorrect **EXCEPT**;*Semua peranan jenama di bawah adalah benar **KECUALI**;*

- A. Helps to introduce a new product  
*Membantu memperkenalkan produk baharu*
- B. To build customer loyalty  
*Membina kesetiaan pengguna*
- C. To improve the store image  
*Untuk memperbaiki imej kedai*
- D. To ease the process of ordering and problem identification

CLO2  
C3

20. \_\_\_\_\_ is a category of new product that retargeted for new usage.

*\_\_\_\_\_ adalah kategori produk baru yang diubah kepada penggunaan baru.*

- A. New-to-the-world product  
*Produk paling baru*
- B. New product lines  
*Lini produk baru*
- C. Repositioning  
*Pemposisian semula*
- D. Cost reduction  
*Pengurangan kos*

CLO1  
C321. Which of the following statement is **TRUE**?*Pernyataan yang manakah adalah **BENAR**?*

- A. Strategy of feature improvements aims at adding new product's functional performance.  
*Strategi penambahbaikan ciri tertumpu pada penambahan prestasi fungsi pada produk baharu.*
- B. Strategy of quality improvements aims at increasing new features such as size or weight.  
*Strategi penambahbaikan kualiti tertumpu pada peningkatan ciri-ciri baru seperti saiz atau berat.*
- C. Strategy of style improvement aims at increasing the product's aesthetic appeal.  
*Strategi penambahbaikan gaya tertumpu pada peningkatan rangsangan estetika produk.*
- D. Strategy of increasing annual usage aims at identifying the weak products.  
*Strategi peningkatan tahap penggunaan tahunan tertumpu pada pengenalanpastian produk yang lemah.*

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

**INSTRUCTION:**

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

**ARAHAN :**

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

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

CLO 1  
C2

- (a) State **THREE (3)** categories of new product.

*Nyatakan TIGA (3) kategori produk baru.*

[3 marks]  
[3markah]

CLO 1  
C2

- (b) New products must begin with ideas. Explain **FOUR (4)** sources for a firm to generate ideas in creating new product. Include suitable examples in your answer.

*Produk baru mestilah bermula dengan idea-idea. Terangkan EMPAT (4) sumber-sumber untuk firma menghasilkan idea-idea dalam menghasilkan produk baru. Jawapan anda hendaklah di sertakan dengan contoh-contoh yang bersesuaian.*

[10 marks]  
[10 markah]

CLO 1  
C2

- (c) Explain **FOUR (4)** factors that need to be taken into consideration before a product is launched.

*Terangkan EMPAT (4) faktor yang perlu dipertimbangkan sebelum sesuatu produk dilancarkan.*

[12 marks]  
[12 markah]

*Memudahkan proses tempahan dan mengenalpasti masalah*

CLO1  
C1

25. Describe the type of "Halal" label issued by Jakim.

*Terangkan jenis label "Halal" yang telah dikeluarkan oleh Jakim.*

- A. Descriptive Label  
*Label perihalan/deskriptif*
- B. Brand Label  
*Label jenama*
- C. Grade Label  
*Label gred*
- D. Product label  
*Label produk*

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

- CLO 2  
C2 (a) Explain the levels of product by using "Restaurant" as the example of product.

*Terangkan tahap-tahap produk dengan menggunakan "Restoran" sebagai contoh.*

[15 marks]  
[15markah]

- CLO 2  
C2 (b) Explain differences between non-durable goods and durable goods.

*Terangkan perbezaan di antara produk tidak tahan lama dengan produk tahan lama.*

[10 marks]  
[10markah]

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

- CLO2  
C1 (a) Briefly explain **THREE (3)** types of packaging available in the market.

*Terangkan secara ringkas TIGA (3) jenis pembungkusan yang boleh didapati di pasaran.*

[9 marks]  
[9markah]

- CLO 2  
C2 (b) Explain **FOUR (4)** functions of packaging.

*Jelaskan EMPAT (4) fungsi pembungkusan*

[8 marks]  
[8markah]

- CLO 2  
C3 (c) Explain **FOUR (4)** considerations in the latest packaging trend.

*Jelaskan EMPAT (4) pertimbangan di dalam trend pembungkusan terkini.*

[8 marks]  
[8markah]

**SOALAN TAMAT**