

SULIT



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

JABATAN KEJURUTERAAN AWAM

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI JUN 2015

CW604: FUNDAMENTALS OF MARKETING

**TARIKH : 22 OKTOBER 2015
MASA : 2.30 – 4.30 PM (2 JAM)**

Kertas ini mengandungi ENAM (6) halaman bercetak.
Bahagian A: Struktur (6 soalan)
Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

SECTION A : 100 MARKS

BAHAGIAN A : 100 MARKAH

INSTRUCTION:

This section consists of **SIX (6)** essay questions. Answer **FOUR (4)** questions only.

ARAHAN:

Bahagian ini mengandungi ENAM (6) soalan esei. Jawab EMPAT (4) soalan sahaja.

QUESTION 1

SOALAN 1

CLO1
C2

a) Explain each term below:

Terangkan setiap terma yang berikut:

- i. Needs / Keperluan
- ii. Wants / Kehendak
- iii. Demands / Permintaan
- iv. Market offering / Tawaran pasaran
- v. Exchange / Pertukaran

[10 marks]

[10 markah]

CLO1
C3

b) Interpret the marketing process in order to accomplish the marketing objectives.

Tafsirkan proses pemasaran bagi mencapai objektif-objektif pemasaran.

[10 marks]

[10 markah]

CLO1
C4

- c) Human demographics play a big role in macro-environment marketing. Identify FIVE (5) examples of human demographics.
Demografi manusia memainkan peranan penting di dalam persekitaran makro pemasaran. Kenalpasti LIMA (5) contoh demografi pengguna.

[5 marks]
[5 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

CLO1
C2

- a) The first essential element in a marketing mix is place where a company designs a customer-driven marketing strategy and integrated marketing mix. Explain market segmentation and market targeting.
Elemen penting yang pertama di dalam campuran pemasaran ialah pasaran iaitu organisasi merekabentuk strategi pemasaran berasaskan pengguna dan campuran pemasaran berintegrasi. Terangkan pembahagian pasaran dan penyasaran pasaran.

[6 marks]
[6 markah]CLO1
C3

- b) A marketer has to try different segmentation factors to find the best way to view the market segment structure. Relate each of the variables below for successful market segmentation.
Ahli pemasaran perlu mencuba pelbagai faktor pembahagian untuk mencari langkah terbaik bagi melihat struktur bahagian pasaran. Hubung-kaitkan setiap faktor di bawah dengan pembahagian pasaran yang berjaya.

- i. Demography
Demografi
- ii. Geography
Geografi
- iii. Psychograph
Psikograf

[15 marks]
[15 markah]CLO1
C4

- c) Identify FOUR (4) requirements for effective market segmentation.
Kenalpastikan EMPAT (4) keperluan untuk pembahagian pasaran yang efektif.

[4 marks]
[4 markah]

QUESTION 3

SOALAN 3

CLO1
C1

- a) Define brand.
Berikan maksud jenama.

[4 marks]
[4 markah]CLO1
C2

- b) Identify the stages involved in making individual product decisions.
Kenalpasti peringkat-peringkat yang terlibat di dalam pembuatan keputusan produk sulung.

[5 marks]
[5 markah]CLO1
C3

- c) To produce a new product, a company must carry out strong new-product planning and set up a systematic new-product development process. Interpret each stage involved in a new-product development process.
Dalam menghasilkan produk baru, sesebuah syarikat perlu membuat perancangan produk baru dan menghasilkan proses pembangunan produk baru yang sistematik. Tafsirkan setiap peringkat yang terlibat di dalam proses pembuatan produk baru.

[16 marks]
[16 markah]

QUESTION 4

SOALAN 4

CLO1
C3

- a) In setting prices, a company must consider a number of factors. Relate **THREE (3)** internal factors and **TWO (2)** external factors affecting the price decisions of a product.

Apabila menentukan harga, syarikat perlu mempertimbangkan beberapa faktor. Hubung-kaitkan TIGA (3) faktor-faktor dalaman dan DUA (2) faktor-faktor luaran yang mempengaruhi pembuatan keputusan harga produk.

[15 marks]
[15markah]

CLO1
C3

- b) Companies usually adjust their prices to account for various customer differences and changing situations. Relate **FIVE (5)** strategies that can be used in adjusting prices.

Syarikat-syarikat selalunya melaraskan harga untuk memenuhi pelbagai perbezaan pelanggan dan situasi yang berubah-ubah. Hubung-kaitkan LIMA (5) strategi yang boleh digunakan di dalam pelarasan harga.

[10 marks]
[10 markah]

QUESTION 5

SOALAN 5

CLO1
C3

- a) Promotion is the last tool in a marketing mix which helps to build a good relationship with customers. Relate the **FIVE (5)** aspects of promotional mix in encouraging the sales of a product or service.

Promosi merupakan alat terakhir di dalam campuran pemasaran yang membantu untuk membina perhubungan yang baik dengan pelanggan. Hubung-kaitkan LIMA(5) aspek utama di dalam campuran promosi untuk menggalakkan penjualan sesuatu produk atau perkhidmatan.

[15 marks]
[15 markah]

CLO1
C4

- b) Summarize the marketing communication process in an appropriate diagram.
Rumuskan proses komunikasi pemasaran di dalam gambarajah yang sesuai.

[10 marks]
[10 markah]

QUESTION 6

SOALAN 6

CLO1
C3

- a) Illustrate the relationship between supply and demand in the concept of marketing.

Lakarkan hubung-kait di antara penawaran dan permintaan di dalam konsep pemasaran.

[7 marks]
[7 markah]

CLO1
C4

- b) As a successful marketer, effective communication is important to reach the consumer. Explain the steps to develop effective communication in advertising a product or service.

Komunikasi yang efektif sangat penting kepada seorang pemasar untuk mendekati pengguna. Terangkan langkah-langkah untuk membangunkan komunikasi yang efektif di dalam mengiklankan produk atau perkhidmatan.

[18 marks]
[18 markah]

SOALAN TAMAT