

**SULIT**



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

**JABATAN KEJURUTERAAN AWAM**

**PEPERIKSAAN AKHIR**

**SESI JUN 2017**

**DCW5192 : FUNDAMENTAL OF MARKETING**

**TARIKH : 31 OKTOBER 2017**

**MASA : 11.15 PAGI - 1.15 PETANG (2 JAM)**

---

Kertas ini mengandungi **TUJUH(7)** halaman bercetak.

Bahagian A: Struktur (2 soalan)

Bahagian B: Struktur (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) List down marketing concepts.  
*Senaraikan konsep pemasaran.*
- [5 marks]  
[5 markah]
- CLO1  
C2 (b) Discuss the levels of market segment.  
*Bincangkan tahap segmen pasaran.*
- [8 marks]  
[8 markah]
- CLO1  
C3 (c) Products can be offered to the market for attention, better acquisition, usage or needs fulfilment. Interpret the following terms with suitable example.  
*Produk boleh ditawarkan kepada pasaran untuk perhatian, perolehan, penggunaan atau memenuhi keperluan yang lebih baik. Tafsirkan maksud berikut dengan contoh yang bersesuaian.*
- i. Convenience product  
*Produk serbaneka*
  - ii. Shopping product  
*Produk beli-belah*

iii. Specialty product

*Produk istimewa*

iv. Unsought product

*Produk luar jangka*

[12 marks]

[12 markah]

**QUESTION 2**

**SOALAN 2**

CLO1  
C1

(a) There are internal and external factors in influencing price of products. Define **THREE (3)** internal factors.

*Terdapat faktor-faktor dalaman dan luaran yang mempengaruhi harga produk. Nyatakan TIGA (3) faktor dalaman di atas.*

[5 marks]

[5 markah]

CLO1  
C1

(b) Describe **TWO (2)** price adjustment strategies.

*Huraikan DUA(2) strategi pelarasan harga.*

[5 marks]

[5 markah]

CLO1  
C3

(c) Interpret briefly **TWO (2)** types of discounts.

*Tafsirkan secara ringkas DUA (2) jenis diskaun.*

[5 marks]

[5 markah]

CLO1  
C3

(d) Explain **FOUR (4)** promotion tools that can help the company to increase sales volumes.

*Terangkan EMPAT (4) alat promosi yang boleh membantu syarikat untuk meningkatkan jumlah jualan.*

[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)** stages in the buyer decision process.

*Senaraikan LIMA (5) peringkat pembeli dalam proses membuat keputusan.*

[5 marks]

[5 markah]

CLO1  
C2

(b) Identify the processes involved in creating value and building customer relationship as stated in the marketing process.

*Kenalpasti proses-proses yang terlibat dalam memberi nilai dan membina hubungan dengan pelanggan seperti yang dinyatakan di dalam proses pemasaran.*

[8 marks]

[8 markah]

CLO1  
C3

(c) Target market strategies are meant to choose one or more segments in designing marketing operation. Interpret the following strategies in reaching target markets;

*Strategi sasaran pasaran bermaksud memilih satu atau lebih bahagian yang hendak dibentuk dalam operasi pasaran. Huraikan strategi berikut yang digunakan dalam mencapai sasaran pasaran;*

- i. Undifferentiated marketing  
*Pasaran tak terbeza*
- ii. Differentiated marketing  
*Pasaran terbeza*
- iii. Concentrated marketing  
*Pasaran tertumpu*

[12 marks]  
[12 markah]

## QUESTION 2

## SOALAN 2

CLO1  
C2

(a) Differentiate FIVE (5) characteristics between mass marketing and niche marketing.  
*Bezakan LIMA (5) ciri-ciri antara pasaran massa dan pasaran khusus.*

[10 marks]  
[10 markah]

CLO1  
C3

(b) Interpret the characteristics of consumers' convenience product.  
*Huraikan ciri-ciri produk serbaneka pengguna.*

[5 marks]  
[5 markah]

CLO1  
C3

(c) Illustrate the levels in product life-cycle for an Apple iPhone 6.  
*Lakarkan peringkat di dalam kitaran hayat produk bagi Apple iPhone 6.*

[10 marks]  
[10 markah]

## QUESTION 3

## SOALAN 3

CLO1  
C2

(a) Explain the following method briefly, which is used to develop new-product ideas;  
*Terangkan secara ringkas kaedah berikut yang digunakan untuk mengembangkan idea produk baru;*

- i. Internal source  
*Sumber dalaman*
- ii. External source  
*Sumber luar*
- iii. Competitor offering  
*Tawaran pesaing*
- iv. Feedback from distributors and suppliers  
*Maklumbalas dari pengedar dan pembekal*

[8 marks]  
[8 markah]

CLO1  
C1

(b) Identify the external factors that influence the setting of product price.  
*Kenalpasti faktor-faktor luar yang mempengaruhi penetapan harga barang.*

[5 marks]  
[5 markah]

CLO1  
C3

(c) Marketing intermediaries is a part of the supply chain between the manufacturer and the ultimate consumer. Interpret the function of marketing intermediaries.  
*Perantara dalam pasaran adalah sebahagian daripada rangkaian pengeluaran antara pengilang dengan pengguna akhir. Huraikan fungsi perantara dalam pasaran.*

[12 marks]  
[12 markah]

## QUESTION 4

## SOALAN 4

- CLO1  
C1 (a) Define fixed cost and variable cost.  
*Berikan definisi kos tetap dan kos bolehubah.*
- [5 marks]  
[5 markah]
- CLO1  
C2 (b) Identify the main framework in the marketing communication process.  
*Kenalpasti kerangka utama dalam proses komunikasi pasaran.*
- [8 marks]  
[8 markah]
- CLO1  
C3 (c) Interpret steps in developing effective communication in successful marketing.  
*Huraikan langkah-langkah dalam membentuk komunikasi yang efektif dalam pemasaran yang berjaya.*
- [12 marks]  
[12 markah]

## SOALAN TAMAT