

SULIT



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI**

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

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI II : 2024/2025

DPM10013 : PRINCIPLES OF MARKETING

TARIKH : 23 MEI 2025

MASA : 8.30 PAGI - 10.30 PAGI (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

SECTION A : 100 MARKS**BAHAGIAN A : 100 MARKAH****INSTRUCTION:**

This section consists of **FOUR (4)** structured questions. Answers **ALL** questions.

ARAHAN:

*Bahagian ini mengandungi **EMPAT (4)** soalan struktur. Jawab **SEMUA** soalan.*

QUESTION 1**SOALAN 1**

CLO1

- a) Identify **FIVE (5)** marketing management philosophies used by marketers to create value and build strong customer relationships.

*Kenalpasti **LIMA (5)** falsafah pengurusan pemasaran yang digunakan oleh pemasar untuk mencipta nilai dan membina hubungan pelanggan yang kukuh.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO1

- b) Discuss **TWO (2)** major bases for segmenting consumer market with suitable example.

*Bincangkan **DUA (2)** asas utama untuk membahagikan pasaran pengguna dengan contoh yang sesuai.*

[6 marks]

[6 markah]

CLO1

- c) Target market is a set of buyers who share common needs or characteristics that the company select to serve. Explain **THREE (3)** target market segment selections.

*Sasaran pasaran adalah kumpulan pengguna yang berkongsi keperluan atau ciri yang sama, yang syarikat pilih untuk berkhidmat. Terangkan **TIGA (3)** pemilihan segmen sasaran pasaran.*

[9 marks]

[9 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**

- a) Marketing environment can offer opportunities or threats to business, thus any changes regarding it needs to be monitored carefully.

Persekitaran pemasaran boleh menawarkan peluang atau ancaman kepada perniagaan, jadi sebarang perubahan mengenainya perlu dipantau dengan teliti.

CLO2

- i. List **FIVE (5)** company's microenvironment.

*Senaraikan **LIMA (5)** persekitaran mikro syarikat.*

[5 marks]

[5 markah]

CLO2

- ii. Describe **FOUR(4)** company's macro environment that affect the company's ability to serve customer.

*Jelaskan **EMPAT (4)** persekitaran makro syarikat yang mempengaruhi keupayaannya untuk melayani pelanggan.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO2

- b) Discuss **FOUR (4)** characteristics of consumer market with suitable example.

Bincangkan EMPAT (4) ciri-ciri pasaran pengguna dengan contoh yang sesuai.

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 3

SOALAN 3

CLO2

- a) There are **TWO (2)** classifications of products, which are consumer products and industrial products. Different product characteristics have made the marketer establish a separate marketing mix strategy for each of it. Discuss **FOUR (4)** classification of consumer products with suitable example.

Terdapat DUA (2) klassifikasi produk, iaitu produk pengguna dan produk perindustrian. Ciri produk yang berbeza telah menyebabkan pemasar membangunkan strategi campuran pemasaran yang berasingan untuk setiap daripadanya. Bincangkan EMPAT (4) klassifikasi produk pengguna dengan contoh yang sesuai.

[10 marks]

[10 markah]

CLO2

- b) Nazmi will open his new chicken rice outlet next month. He still tries to decide the price setting. Prepare **TWO (2)** new pricing strategies with suitable example.

Nazmi akan membuka kedai nasi ayam yang baru pada bulan hadapan. Beliau masih cuba untuk menentukan berkenaan penetapan harga. Sediakan DUA (2) strategi harga baru dengan contoh yang sesuai.

[6 marks]

[6 markah]

CLO2

- c) Price is crucial because it generates revenue for a company. Setting the right price is critical for the marketer. As a manager to a company who produces stationeries like pencil, eraser and ruler, apply **THREE (3)** product mix pricing strategies with suitable example.

*Harga sangat penting kepada syarikat kerana ia membawa hasil kepada syarikat. menetapkan harga yang betul adalah kritikal kepada pemasar. Sebagai pengurus kepada sebuah syarikat yang menghasilkan alat tulis seperti pensil, pemadam dan pembaris, aplikasikan **TIGA (3)** strategi harga campuran produk dengan contoh yang sesuai.*

[9 marks]

[9 markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**

CLO2

- (a) Discuss **FOUR (4)** functions of marketing channel with suitable example.

*Bincangkan **EMPAT (4)** fungsi saluran pemasaran dengan contoh yang sesuai.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO2

- (b) Happy Ice Cream Sdn Bhd will launch a new flavor of ice cream, which is coconut jelly ice cream. As a marketing executive for the company, prepare **FIVE (5)** elements of promotion mix that can be used with suitable example.

*Happy Ice Cream Sdn Bhd akan melancarkan satu perisa aiskrim yang baru, iaitu jeli kelapa aiskrim. Sebagai eksekutif pemasaran bagi syarikat tersebut, sediakan **LIMA (5)** elemen campuran promosi yang boleh digunakan dengan contoh yang sesuai.*

[15 marks]

[15 markah]

SOALAN TAMAT