



Sekolah Pendidikan Profesional dan
Pendidikan Berterusan
(UTMSPACE)

**FINAL EXAMINATION / PEPERIKSAAN AKHIR
SEMESTER 1 – SESSION 2018 / 2019
PROGRAM KERJASAMA**

COURSE CODE : DDWG 2233
KOD KURSUS

COURSE NAME : PRINCIPLE OF MARKETING/
NAMA KURSUS PRINSIP PEMASARAN

YEAR / PROGRAMME : 1 / DDWG
TAHUN / PROGRAM

DURATION : 2 HOURS 30 MINUTES / 2 JAM 30 MINIT
TEMPOH

DATE : NOVEMBER 2018

INSTRUCTION : **Answers ALL question in the answer booklets provided.**
ARAHAN : **Jawab SEMUA soalan di dalam buku jawapan yang disediakan.**

(You are required to write your name and your lecturer's name on your answer script)
(Pelajar dikehendaki tuliskan nama dan nama pensyarah pada skrip jawapan)

NAME / NAMA PELAJAR	:
I.C NO. / NO. K/PENGENALAN	:
YEAR / COURSE TAHUN / KURSUS	:
LECTURER'S NAME NAMA PENSYARAH	:
COLLEGE'S NAME/ NAMA KOLEJ	:

This examination paper consists of 4 pages including the cover
Kertas soalan ini mengandungi 4 muka surat termasuk kulit had



PUSAT PROGRAM KERJASAMA

PETIKAN DARIPADA PERATURAN AKADEMIK ARAHAN AM - PENYELEWENGAN AKADEMIK

1. SALAH LAKU SEMASA PEPERIKSAAN

1.1 Pelajar tidak boleh melakukan mana-mana salah laku peperiksaan seperti berikut :-

- 1.1.1 memberi dan/atau menerima dan/atau memiliki sebarang maklumat dalam bentuk elektronik, bercetak atau apa jua bentuk lain yang tidak dibenarkan semasa berlangsungnya peperiksaan sama ada di dalam atau di luar Dewan Peperiksaan melainkan dengan kebenaran Ketua Pengawas; atau
- 1.1.2 menggunakan maklumat yang diperolehi seperti di atas bagi tujuan menjawab soalan peperiksaan; atau
- 1.1.3 menipu atau cuba untuk menipu atau berkelakuan mengikut cara yang boleh ditafsirkan sebagai menipu semasa berlangsungnya peperiksaan; atau
- 1.1.4 lain-lain salah laku yang ditetapkan oleh Universiti (seperti membuat bising, mengganggu pelajar lain, mengganggu Pengawas menjalankan tugasnya).

2. HUKUMAN SALAH LAKU PEPERIKSAAN

2.1 Sekiranya pelajar didapati telah melakukan pelanggaran mana-mana peraturan peperiksaan ini, setelah diperakukan oleh Jawatankuasa Peperiksaan Fakulti dan disabitkan kesalahannya, Senat boleh mengambil tindakan dari mana-mana satu yang berikut :-

- 2.1.1 memberi markah SIFAR (0) bagi keseluruhan keputusan peperiksaan kursus yang berkenaan (termasuk kerja kursus); atau
- 2.1.2 memberi markah SIFAR (0) bagi semua kursus yang didaftarkan pada semester tersebut.

2.2 Jawatankuasa Akademik Fakulti boleh mencadangkan untuk diambil tindakan tatatertib mengikut peruntukan Akta Universiti dan Kolej Universiti, 1971, Kaedah-kaedah Universiti Teknologi Malaysia (Tatatertib Pelajar-pelajar), 1999 bergantung kepada tahap kesalahan yang dilakukan oleh pelajar.

2.3 Pelajar yang didapati melakukan kesalahan kali kedua akan diambil tindakan seperti di perkara 2.1.2 dan dicadang untuk diambil tindakan tatatertib mengikut peruntukan Akta Universiti dan Kolej Universiti, 1971, Kaedah-kaedah Universiti Teknologi Malaysia (Tatatertib Pelajar-pelajar), 1999.

INSTRUCTION : Answers ALL questions. (60 MARKS/ MARKAH)

ARAHAN : [Jawab SEMUA soalan.]

Q1. Explain the different decision making between business and consumer market.
[Huraikan perbezaan pembuatan keputusan dalam pasaran perniagaan dan pasaran pengguna.]
(10 marks)

Q2. (a) Why do marketers need to segment their markets?
[Kenapakah pemasar perlu mensegmenkan pasarannya?]
(6 marks)

(b) Why do international markets need to be segmented?
[Kenapakah pasaran antarabangsa perlu disegmenkan?]
(4 marks)

Q3. Pricing and price competition are the major problems facing many marketing executives.
Explain five (5) common problems they encounter?
[Menentukan harga dan persaingan harga merupakan masalah utama bagi kebanyakan eksekutif pemasaran. Terangkan lima (5) masalah umum yang dihadapi mereka?]
(10 marks)

Q4. (a) Why multichannel distribution systems gaining popularity?
[Mengapakan sistem pengagihan pelbagai saluran lebih popular?]
(4 marks)

(b) Name and explain three (3) distribution strategies.
[Namakan dan terangkan tiga (3) strategi pengagihan]
(6 marks)

Q5. Marketers can choose from two (2) basic promotion mix strategies i.e push promotion or pull promotion. Describe these two strategies.

[Pemasar boleh memilih daripada dua (2) strategi pencampuran promosi iaitu promosi menolak atau promosi menarik. Jelaskan dua strategi ini.]

(10 marks)

Q6. (a) Explain the difference between tariff and quota.

[Terangkan perbezaan antara tariff dan kuota?]

(5 marks)

(b) What are two (2) advantages of exporting?

[Apakah dua (2) kelebihan eksport?]

(5 marks)

- END OF QUESTIONS / SOALAN TAMAT -

Mukasurat ini sengaja dibiarkan kosong

[This page is purposely left blank]

Mukasurat ini sengaja dibiarkan kosong

[This page is purposely left blank]