



UTM
UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA

Sekolah Pendidikan Profesional dan
Pendidikan Berterusan
(UTMSPACE)

**FINAL EXAMINATION / PEPERIKSAAN AKHIR
SEMESTER 1 – SESSION 2016 / 2017
PROGRAM KERJASAMA**

COURSE CODE : DDPG 1293
KOD KURSUS

COURSE NAME : PRINCIPLE OF MARKETING /
NAMA KURSUS PRINSIP PEMASARAN

YEAR / PROGRAMME : 1 / DDPG / DDPW
TAHUN / PROGRAM

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

DATE : OCTOBER 2016
TARIKH

INSTRUCTION/ARAHAN :

Answer **SIX (6)** question in the booklets provided .
Jawab ENAM (6) 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	:
I.C NO. / NO. K/PENGENALAN	:
YEAR / COURSE TAHUN / KURSUS	:
COLLEGE NAME NAMA KOLEJ	:
LECTURER'S NAME NAMA PENSYARAH	:

This examination paper consists of ...4... pages including the cover
Kertas soalan ini mengandungi4..... muka surat termasuk kulit hadapan

**PUSAT PENGAJIAN DIPLOMA
SPACE
UTM *International Campus*
PETIKAN DARIPADA PERATURAN AKADEMIK**

ARAHAN AM

1. PENYELEWENGAN AKADEMIK (SALAH LAKU PEPERIKSAAN)

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

- (a) Memberi atau menerima atau memiliki sebarang maklumat dalam bentuk elektronik, cetak atau apa-apa jua bentuk lain yang ada kaitan dengan sesuatu kursus semasa peperiksaan bagi kursus tersebut dijalankan sama ada di dalam atau di luar Dewan/Bilik Peperiksaan melainkan dengan kebenaran Ketua Pengawas.
- (b) Menggunakan maklumat yang diperolehi seperti di perkara 1(a) di atas bagi tujuan menjawab soalan peperiksaan.
- (c) Menipu atau cuba untuk menipu atau berkelakuan mengikut cara yang boleh ditafsirkan sebagai menipu atau cuba untuk menipu semasa peperiksaan sedang berjalan.
- (d) Lain-lain salah laku yang ditetapkan oleh Universiti.

2. HUKUMAN

2.1 Sekiranya pelajar didapati telah melakukan pelanggaran mana-mana peraturan peperiksaan ini, setelah dibicara oleh Jawatankuasa Akademik Fakulti dan disabitkan kesalahannya, Senat boleh mengambil tindakan dari mana-mana satu, atau kombinasi yang sesuai dari dua atau lebih hukuman-hukuman berikut :-

- (a) Memberi markah SIFAR (0) bagi keseluruhan keputusan peperiksaan mata pelajaran yang berkenaan. (Termasuk kerja kursus).
- (b) Memberi markah SIFAR (0) bagi semua mata pelajaran yang didaftarkan kepada semester tersebut.
- (c) Pelajar yang didapati melakukan kesalahan kali kedua hendaklah diambil tindakan tatatertib mengikut peruntukan Akta Universiti dan Kolej Universiti, 1971, Kaedah-kaedah Universiti Teknologi Malaysia (Tatatertib Pelajar-pelajar), 1999.

INSTRUCTION: Answer SIX (6) questions only.

ARAHAN: Jawab ENAM (6) soalan sahaja.

(60 MARKS / MARKAH)

Q1. (a) Explain what is *subsistence economy* and *emerging economy (industrial economy)*.

[Huraikan apakah maksud ekonomi asas dan ekonomi perindustrian] (5 M)

(b). A second method of entering a foreign market is by *joint venturing* and *direct investment*. Explain both method.

[Cara kedua untuk memasuki pasaran antarabangsa ialah secara usahasama dan pelaburan terus. Huraikan kedua-dua cara ini]. (5 M)

Q2. What is the function of *informative advertising*, *persuasive advertising*, *comparative advertising* and *reminder advertising* for marketers?

[Apakah fungsi pengiklanan pemberitahuan, pengiklanan pemujukan, pengiklanan perbandingan dan pengiklanan mengingatkan kepada pemarkar.] (10 M)

Q3. Give and explain three (3) reason why marketers used *Integrated Marketing Communications* or *New Marketing Communications model*, now a day's.

[Nyatakan dan huraikan tiga (3) sebab mengapa pemarkar menggunakan Komunikasi bersepadu atau Model Komunikasi Pemarkaran Terbaru, sekarang.] (10 M)

Q4. *Promotional pricing*, however, can have adverse effects. Explain with the example.

[Harga promosi, walaubagaimanapun, boleh memberi kesan sebaliknya. Huraikan beserta contoh.] (10 M)

Q5. The price that company charges will fall somewhere between one that is too low to produce a profit and one that is too high to produce any demand. Explain this situation.

[Harga yang dikenakan oleh syarikat terletak antara yang terlalu rendah untuk menghasilkan keuntungan dan terlalu tinggi untuk menghasilkan permintaan. Huraikan kenyataan ini.] (10 M)

Q6. Give the advantage and disadvantage of *Testing* in new product development strategy.
[Nyatakan kebaikan dan keburukan ujian produk baru di dalam strategi pembangunan produk baru.] (10 M)

Q7. In evaluating different market segments, a firm must look at three factors: segment size and growth, segment structural attractiveness, and company objectives and resources.
Why?

[Di dalam menilai perbezaan segmentasi pasaran, firma mesti melihat kepada tiga faktor saiz segmen dan pertumbuhan, struktur pasaran menarik atau tidak objektif dan sumber syarikat. Mengapa?] (10 M)

Q8. a) Marketers can choose from two basic promotion mix strategies i.e push promotion or pull promotion. Describe these two strategies.

[Pemasar boleh memilih daripada dua strategi pencampuran promosi iaitu promosi menolak atau promosi menarik. Jelaskan dua strategi ini.] (4 M)

b). Marketing management must make four important decisions when developing an advertising program. Name and describe these four decisions.

[Pengurusan Pemasaran mesti membuat empat keputusan semasa membangunkan program periklanan. Namakan dan huraikan empat keputusan ini].

(6 M)

- END OF QUESTIONS / SOALAN TAMAT -