



KOLEJ YAYASAN PELAJARAN JOHOR
ONLINE FINAL EXAMINATION

COURSE NAME : FUNDAMENTALS OF MARKETING
COURSE CODE : DSM 1023
EXAMINATION : DECEMBER 2021
DURATION : 3 HOURS

INSTRUCTION TO CANDIDATES /
ARAHAN KEPADA CALON

1. This examination paper consists of **ONE (1)** part : / PART A (100 Marks) /
*Kertas soalan ini mengandungi **SATU (1)** bahagian: BAHAGIAN A (100 Markah)*
2. Answer ALL questions in the answer sheet which is A4 size paper (or other paper with the consent of the relevant lecturer). /
*Jawab **SEMUA** soalan di dalam kertas jawapan iaitu kertas bersaiz A4 (atau lain-lain kertas dengan persetujuan pensyarah berkaitan).*
3. Write your details as follows in the upper left corner for each answer sheet: /
Tulis butiran anda sepertimana berikut di penjuru atas kiri bagi setiap kertas jawapan:
 - i. Student Full Name / *Nama Penuh Pelajar*
 - ii. Identification Card (I/C) No. / *No. Kad Pengenalan*
 - iii. Class Section / *Seksyen Kelas*
 - iv. Course Code / *Kod Kursus*
 - v. Course Name / *Nama Kursus*
 - vi. Lecturer Name / *Nama Pensyarah*
4. Each answer sheet must have a page number written at the bottom right corner. /
Setiap helai kertas jawapan mesti ditulis nombor muka surat di penjuru bawah kanan.
5. Answers should be **neat and clear in handwritten form.** /
Jawapan hendaklah ditulis tangan, kemas dan jelas.

DO NOT TURN THIS PAGE UNTIL YOU ARE TOLD TO DO SO
JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIBERITAHU

*This examination paper consists of **6** printed pages including front page*
*Kertas soalan ini mengandungi **6** muka surat termasuk kulit hadapa*

PART A/ BAHAGIAN A

This part contains of **NINE (9)** questions. Answer **all** questions in the answer sheet.

*Bahagian ini mempunyai **SEMBILAN (9)** soalan. Jawab **semua** soalan di dalam kertas jawapan.*

QUESTION 1 / SOALAN 1

List **six (6)** challenges in marketing today.

(6 marks/markah)

*Senaraikan **enam (6)** cabaran di dalam pemasaran pada masa kini.*

QUESTION 2 / SOALAN 2

Explain the meaning of micro environment and why the micro environment is said to be a factor that can be controlled by the organization.

(6 marks/markah)

Jelaskan maksud persekitaran mikro dan mengapakah persekitaran mikro ini dikatakan faktor yang boleh dikawal oleh organisasi?

QUESTION 3 / SOALAN 3

Discuss **five (5)** personal factors in influencing consumer behavior.

(10 marks/markah)

Bincangkan lima (5) faktor peribadi yang mempengaruhi gelagat pengguna.

QUESTION 4 / SOALAN 4

Describe **four (4)** criterias of effective marketing segmentation.

(8 marks/markah)

Huraikan empat (4) kriteria bagi segmentasi pemasaran yang efektif.

QUESTION 5 / SOALAN 5

A consumer product is a product purchased by an end user for personal use, his or her household members or family. This product is different in terms of the way consumers buy it which makes it different in terms of the way marketers market it.

- a. Briefly explain the **four (4)** classifications of consumer products with examples for each of it.

(10 marks/markah)

- b. Sketch a graph of the Product Life Cycle and discuss each stage in the cycle.

(15 marks/markah)

Produk pengguna ialah produk yang dibeli oleh pengguna akhir untuk kegunaan peribadi, ahli rumahnya atau keluarganya. Produk ini berbeza dari segi cara pengguna membelinya yang mana menyebabkan produk ini berbeza pula dari segi cara pemasar memasarkannya.

- a. Terangkan dengan ringkas **empat (4)** klasifikasi produk pengguna berserta dengan contoh setiap satunya.*

- b. Lakarkan graf Kitaran Hayat Produk serta bincangkan setiap peringkat di dalam kitaran tersebut.*

QUESTION 6 / SOALAN 6

Members in the distribution channel are said to help each other. They play an important role in the distribution channel. Describe **five (5)** functions of this distribution channel.

(10 marks/markah)

*Ahli-ahli di dalam saluran agihan dikatakan saling membantu antara satu sama lain. Mereka memainkan peranan yang penting di dalam sesuatu saluran agihan. Huraikan **lima (5)** fungsi saluran agihan ini.*

QUESTION 7 / SOALAN 7

There are differences between specialty stores, convenience stores and supermarkets. Explain with the following differences with examples of each.

(9 marks/markah)

Terdapat perbezaan di antara kedai istimewa, kedai mudah beli dan pasar raya. Huraikan perbezaannya berikut berserta dengan contoh setiap satunya.

QUESTION 8 / SOALAN 8

In the pricing process for products and services, there are internal and external factors that need to be considered first. You are required to discuss **three (3)** factors that determine the pricing of a product or service.

(9 marks/markah)

*Dalam proses penentuan harga bagi produk dan perkhidmatan, terdapat faktor- faktor dalaman dan luaran yang perlu dipertimbangkan terlebih dahulu. Anda dikehendaki membincangkan **tiga (3)** faktor yang menentukan penentuan harga sesuatu produk atau pun perkhidmatan.*

QUESTION 9 / SOALAN 9

A promotional strategy is a plan to enhance the use of promotional elements consisting of advertising, personal selling, sales promotion and public relations. The next marketing manager should determine the company's promotional goals so that they are in line with the overall goals of the company's marketing mix.

a. What is advertising?

(3 marks/markah)

b. Explain **four (4)** advantages and **three (3)** disadvantages if a marketer uses advertising methods as the main promotional tool of his company.

(14 marks / markah)

Strategi promosi ialah satu pelan bagi mempertingkatkan penggunaan elemen- elemen promosi yang terdiri daripada pengiklanan, penjualan peribadi, promosi jualan dan perhubungan awam. Pengurus pemasaran seterusnya harus menentukan matlamat promosi syarikat agar sehaluan dengan matlamat keseluruhan campuran pemasaran syarikat.

a. *Apakah yang dimaksudkan dengan pengiklanan?*

b. *Terangkan empat (4) kebaikan dan tiga (3) keburukan sekiranya pemasar menggunakan kaedah pengiklanan sebagai alat promosi utama syarikat beliau.*

[100 MARKS/MARKAH]

END OF QUESTION PAPER/ KERTAS SOALAN TAMAT