



Sekolah Pendidikan Profesional dan
Pendidikan Berterusan
(UTMSPACE)

**FINAL EXAMINATION / PEPERIKSAAN AKHIR
SEMESTER 1 – SESSION 2019 / 2020
PROGRAM KERJASAMA**

COURSE CODE / : DDWG 2233
KOD KURSUS

COURSE NAME / : PRINCIPLES OF MARKETING / PRINSIP PEMASARAN
NAMA KURSUS

YEAR / PROGRAMME : DDWG
TAHUN / PROGRAM

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

DATE / : NOVEMBER 2019
TARIKH

**INSTRUCTION : ANSWER ALL QUESTIONS 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	:
STUDENT'S SECTION SEKSYEN PELAJAR	:
COLLEGE NAME NAMA KOLEJ	:

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



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 makluman 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: ANSWER ALL QUESTIONS.

(60 MARKS / MARKAH)

[ARAHAN : JAWAB SEMUA SOALAN.]

- Q1. Briefly explain THREE (3) major factors that influence business buyer behavior.
[Terangkan secara ringkas TIGA (3) faktor utama yang mempengaruhi tingkah laku pembeli perniagaan.] (3 m)
- Q2. State THREE (3) levels of product.
[Senaraikan TIGA (3) peringkat produk.] (3 m)
- Q3. State FOUR (4) major players in a company's macro environment?
[Nyatakan EMPAT (4) penggerak utama dalam persekitaran makro syarikat.] (4 m)
- Q4. List FOUR (4) conditions necessary for segmented pricing effectiveness.
[Senaraikan EMPAT (4) keadaan yang diperlukan bagi segmentasi harga yang berkesan.] (4 m)
- Q5. Give FOUR (4) elements in marketing mix.
[Berikan EMPAT (4) elemen dalam campuran pemasaran.] (4 m)
- Q6. How do marketers differentiate between shopping product and specialty product?
[Bagaimanakah pemasar membezakan antara produk beli-belah dan produk khusus?] (5 m)
- Q7. Briefly explain products life-cycle strategies during the decline stage.
[Terangkan secara ringkas strategi kitaran hayat produk semasa peringkat kemerosotan.] (5 m)
- Q8. State and briefly explain FIVE (5) requirements for effective market segmentation.
[Nyatakan dan terangkan secara ringkas LIMA (5) keperluan segmentasi pasaran yang berkesan.] (5 m)

- Q9. Clearly explain SIX (6) steps for marketers to develop an effective communication in integrated marketing communication strategy.

[Terangkan secara jelas ENAM (6) langkah untuk pemasar bagi membangunkan komunikasi yang berkesan dalam strategi komunikasi bersepadu.] (12 m)

- Q10. You are an owner of a small independent chain of coffee houses competing head-to-head with Starbucks. The retail price of your customers pay for coffee is exactly the same as at Starbucks. The wholesale price you pay for roasted coffee beans has increased by 25 percent. You know that you cannot absorb this increase and that you must pass it on to your customers. However, you are concerned about the consequences of an open price increase. Discuss the key issues related to initiating and responding to price changes.

[Anda adalah pemilik rantaian kecil kedai kopi yang bersaing dengan Starbucks. Harga runcit yang dibayar oleh pelanggan anda adalah sama seperti Starbucks. Harga borong yang anda bayar untuk biji kopi panggang telah meningkat sebanyak 25 peratus. Anda tahu bahawa anda tidak boleh menanggung peningkatan ini dan anda harus memindahkannya kepada pelanggan anda. Walau bagaimanapun, anda prihatin terhadap kesan dan akibat daripada peningkatan harga terbuka. Bincangkan isu-isu utama yang berkaitan dengan memulakan dan menangani perubahan harga.] (15 m)

- 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]

8

8