



UTM
UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA

Sekolah Pendidikan Profesional dan
Pendidikan Berterusan
(UTMSPACE)

**FINAL EXAMINATION / PEPERIKSAAN AKHIR
SEMESTER 1 – SESSION 2015 / 2016
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 / NOVEMBER 2015
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	:
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 hadapan

INSTRUCTION: Answer ALL questions.
ARAHAN: Jawab SEMUA soalan.

(60 MARKS / MARKAH)

- Q1** 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]. **(10 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 days.
[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.** Give two (2) advantages and two (2) disadvantages of *Testing* in new product development strategy.
[Nyatakan dua (2) kebaikan dan dua (2) keburukan *Ujian* produk baru di dalam strategi pembangunan produk baru.] **(10 M)**
- Q6.** 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 tiga faktor: saiz segmen dan pertumbuhan, struktur pasaran menarik atau tidak, objektif dan sumber syarikat. Mengapa?]

(10 M)

- END OF QUESTIONS / SOALAN TAMAT -