



UTM
UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA

Sekolah Pendidikan Profesional dan
Pendidikan Berterusan
(UTMSPACE)

**FINAL EXAMINATION / PEPERIKSAAN AKHIR
SEMESTER 2 – SESSION 2014 / 2015
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 : APRIL 2015
TARIKH

INSTRUCTION/ :
ARAHAN

1. Answer **SIX (6)** questions only in the answer booklets provided.
Jawab ENAM (6) soalan sahaj 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)

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

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

INSTRUCTION: Answer SIX (6) questions only.

ARAHAN: Jawab ENAM (6) soalan sahaja.

(60 MARKS / MARKAH)

- Q1 (a).** Distinguish between the concept of value and satisfaction. (5 M)
[Jelaskan perbezaan antara konsep nilai dan kepuasan]
- (b)** What do you understand by the term market positioning? (5 M)
[Apa yang anda faham mengenai istilah perletakan pasaran.]
- Q2. (a)** Not everyone is in favor of local marketing. Identify two (2) arguments made against local marketing. (5 M)
[Tidak semua berminat secara pemasaran tempatan. Kenalpasti dua (2) alasan mengapa tidak disukai pemasaran tempatan.]
- (b)** Identify ways in which shopping behaviors differ between men and women. (5 M)
[Kenalpasti cara pembelian yang berbeza antara tabiat wanita dan lelaki]
- Q3.** What is the function of *informative advertising, persuasive advertising, comparative advertising and reminder advertising* for marketers. (10 M)
[Apakah fungsi pengiklanan pemberitahuan, pengiklanan pemujukan, pengiklanan perbandingan dan pengiklanan mengingatkan kepada pemarkar.]
- Q4.** Give and explain three (3) reason why marketers used Integrated Marketing Communications or New Marketing Communications model, nowadays. (10 M)
[Nyatakan dan huraikan tiga (3) sebab mengapa pemarkar menggunakan Komunikasi pemasaran bersepadu atau Model Komunikasi Pemarkaran Terbaru, sekarang.]
- 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. (10 M)
[Harga yang dikenakan oleh syarikat terletak antara yang terlalu rendah untuk menghasilkan keuntungan dan terlalu tinggi untuk menghasilkan permintaan. Huraikan kenyataan ini.]

- 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 (3) factors: segment size and growth, segment structural attractiveness, and company objectives and resources. Why?
[Di dalam menilai perbezaan segmentasi pasaran, firma mesti melihat tiga (3) faktor: saiz segmen dan pertumbuhan, struktur pasaran menarik atau tidak, objektif dan sumber syarikat. Mengapa?] (10 M)
- Q8. (a).** Explain what is *Subsistence economies* and emerging economies.
[Huraikan apakah ekonomi subsistan 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 perkongsian dan pelaburan terus. Huraikan kedua-dua cara ini]. (5 M)

- END OF QUESTIONS / SOALAN TAMAT -