

SULIT



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI**

**BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI**

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI I : 2023/2024

DPM30033: PRODUCT

TARIKH : 19 DISEMBER 2023

MASA : 8.30 AM – 10.30 AM (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **LIMA (5)** halaman bercetak.

Struktur (4 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

INSTRUCTION:

This section consists of **FOUR (4)** structured questions. Answer **ALL** questions.

ARAHAN:

*Bahagian ini mengandungi **EMPAT (4)** soalan struktur. Jawab **SEMUA** soalan.*

QUESTION 1**SOALAN 1**

- CLO 1 (a) There are three levels of product in marketing; the core product, the actual product and the augmented product. List **FIVE (5)** elements in the actual product levels.
*Terdapat tiga tahap produk dalam pemasaran; produk asas, produk sebenar dan produk tambahan. Senaraikan **LIMA (5)** elemen yang terdapat pada tahap produk sebenar.*
- [5 marks]
[5 markah]
- CLO 1 (b) Discuss **FOUR (4)** types of consumer products by giving suitable examples.
Bincangkan **EMPAT (4)** jenis produk pengguna dengan memberi contoh-contoh bersesuaian.
- [10 marks]
[10 markah]
- CLO 1 (c) Provide **FOUR (4)** strategies that can be used by marketers in Product Life Cycle (PLC) through the growth stage.
*Sediakan **EMPAT (4)** strategi yang boleh digunakan oleh pemasar dalam Kitaran Hayat Produk (KHP) sepanjang berada di peringkat pertumbuhan.*
- [10 marks]
[10 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**

- CLO 1 (a) Identify **SIX (6)** benefits of product line filling.
Kenal pasti ENAM (6) faedah pengisian barisan produk.
- [6 marks]
[6 markah]
- CLO 1 (b) Line stretching decision occurs when the company wants to increase the total number of products with the existing product range. Explain **THREE (3)** product line stretching that the company can be used to fulfill this decision.
Keputusan regangan barisan berlaku apabila syarikat ingin menambah jumlah produk dengan rangkaian produk sedia ada. Terangkan TIGA (3) regangan barisan produk yang boleh digunakan oleh syarikat untuk memenuhi keputusan ini.
- [9 marks]
[9 markah]
- CLO 1 (c) The product mix refers to the set of all product lines and items that a company offers for sale. Adapt **FOUR (4)** dimensions of the product-mix that can be used for any food and beverage company.
Campuran produk merujuk kepada satu set barisan produk dan item yang ditawarkan oleh syarikat untuk dijual. Sesuaikan EMPAT (4) dimensi campuran produk yang boleh digunakan bagi syarikat pengeluar makanan dan minuman
- [10 marks]
[10 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**

- CLO 3 (a) Define the following terms:
Berikan definasi terma-terma berikut :
- (i) Brand
Jenama
- [2.5 marks]
[2.5 markah]
- (ii) Brand Equity
Pemilikan/Ekuiti Jenama
- [2.5 marks]
[2.5 markah]
- CLO 3 (b) A successful Visual Brand Language (VBL) creates a memorable experience for the consumer, encouraging repeat business and boosting the company's economic health. Elaborate any **FIVE (5)** Visual Brand Language.
- Bahasa Jenama Visual (BJV) yang berjaya mencipta pengalaman yang tidak dapat dilupakan kepada pengguna, menggalakkan perniagaan berterusan dan meningkatkan peningkatan ekonomi syarikat. Huraikan mana-mana **LIMA (5)** Bahasa Jenama Visual.*
- [10 marks]
[10 markah]
- CLO 3 (c) “Attributes refers to a quality or feature regarded as a characteristic or inherent part of someone or something”. Based on the above statement, recommend any **FOUR (4)** brand attributes that are important to the customer.
- “Atribut merujuk kepada kualiti atau ciri yang dianggap sebagai kriteria atau bahagian yang dilihat pada seseorang atau sesuatu”. Berdasarkan pernyataan di atas, cadangkan mana-mana **EMPAT (4)** atribut jenama yang penting bagi pelanggan.*
- [10 marks]
[10 markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**

CLO 3

- (a) "Instead of spending millions of money to create their brand names, some companies obtain licenses for names and symbols previously created by other manufacturers". Based on the above statement, expose **THREE (3)** advantages of licensed brands.

*"Daripada membelanjakan berjuta-juta wang untuk mencipta nama jenama sendiri, beberapa syarikat mendapatkan lesen bagi nama dan simbol yang sebelum ini dicipta oleh pengeluar lain". Berdasarkan pernyataan di atas, dedahkan **TIGA (3)** kelebihan jenama berlesen.*

[6 marks]

[6 markah]

CLO 3

- (b) Determine **FOUR (4)** differences between Individual Brand Name and Family Brand Name by giving an example.

*Tentukan **EMPAT (4)** perbezaan antara Nama Jenama Individu dan Nama Jenama Keluarga dengan memberikan contoh yang sesuai.*

[9 marks]

[9 markah]

CLO 3

- (c) "Once the product is established in a market over a period of time a company sells the brand, not more the product or service. The marketer has to make different decisions to popularize their brand". Review **TWO (2)** types of brand strategy decisions that can be used by the company for brand improvement.

*Setelah produk berada dalam pasaran dalam tempoh masa yang tertentu sesebuah syarikat menjual jenama, tetapi bukan produk atau perkhidmatan. Pemasar perlu membuat keputusan yang berbeza untuk mempopularkan jenama mereka. Semak **DUA (2)** jenis keputusan strategi jenama yang boleh digunakan oleh syarikat untuk penambahbaikan jenama.*

[10 marks]

[10 markah]

SOALAN TAMAT