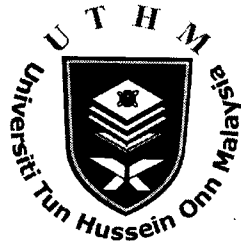


SULIT



UNIVERSITI TUN HUSSEIN ONN MALAYSIA

**PEPERIKSAAN AKHIR
SEMESTER II
SESI 2011/2012**

NAMA KURSUS : PRINSIP PEMASARAN
KOD KURSUS : BPA 10502/BPA 1052
PROGRAM : 1 BPC
TARIKH PEPERIKSAAN : JUN 2012
JANGKA MASA : 2 JAM
ARAHAN : JAWAB EMPAT SOALAN
DARI LIMA SOALAN

KERTAS SOALAN INI MENGANDUNGI EMPAT (4) MUKA SURAT

SULIT

- S1** (a) Terdapat beberapa peringkat dalam strategi pembangunan pemasaran untuk produk baru.

Terangkan **TIGA (3)** peringkat tersebut.

(12 markah)

- (b) Pengurusan projek pembinaan merupakan kaedah penyusunan dan pengurusan sumber-sumber supaya projek dapat disiapkan dalam kekangan tempoh, kualiti dan kos yang ditetapkan.

Bincangkan pendekatan 4P dalam pemasaran untuk sesuatu projek.

(13 markah)

- Q1** (a) *There are several stages of marketing new product development strategy.*

*Explain the **THREE (3)** stages.*

(12 marks)

- (b) *Project management is the discipline of organizing and managing resources in a way that the project is completed within defined scope, quality, time and cost constraints.*

Discuss the 4P approach of marketing for project

(13 marks)

- S2** (a) “Tujuan harga adalah bukan untuk mengembalikan kos tetapi untuk mendapatkan nilai produk”.

Bincangkan pernyataan tersebut.

(6 markah)

- (b) Jelaskan strategi untuk menentukan harga produk baru.

(6 markah)

- (c) Bincangkan kenapa produk baru gagal di pasaran.

(13 markah)

- Q2** (a) *“The purpose of price is not to recover costs but to capture the value of the “product”*
Discuss this statement.
(10 marks)
- (b) *Define the strategy in determining the price for a new product.*
(6 marks)
- (c) *Discuss the reasons why new product fails in the market.*
(13 marks)
-
- S3** (a) Terangkan falsafah kitaran hidup produk dalam perspektif pengurusan projek pembinaan.
(10 markah)
- (b) Pemasaran merangkumi promosi, jualan, pengiklanan, pengedaran, pengenalan produk, khidmat pelanggan serta mewujudkan kesedaran dan persepsi pelanggan.
Bincangkan pernyataan tersebut dalam konteks syarikat pembinaan.
(15 markah)
-
- Q3** (a) *Describe the philosophy of product life cycle from construction management project perspective.*
(10 marks)
- (b) *Marketing consists of promotion, selling, advertising, distribution, product exposure, customer service, creating awareness and developing perceptions of customer.*
Discuss the above statement in the context of construction company.
(15 marks)

- S4** (a) Nyatakan kepentingan pengiklanan produk. (5 markah)
- (b) Bincangkan konsep campuran pemasaran produk dalam bidang pembinaan. (10 markah)
- (c) Bandingkan antara jualan runcit dan borong. (10 markah)
-
- Q4** (a) *Explain the importance of product advertising.* (5 marks)
- (b) *Discuss the concept of marketing mix for product in the construction field.* (10 marks)
- (c) *Differentiate between retail and wholesale.* (10 marks)
-
- S5** (a) Terangkan rekabentuk saluran pemasaran dipengaruhi oleh perubahan dalam teknologi dan perkembangan pemasaran atas talian. (8 markah)
- (b) Bezakan di antara *conventional distribution channel* dan *vertical marketing system (VMS)*. (8 markah)
- (c) Terangkan keahlian saluran boleh menambah nilai ke dalam sistem pemasaran. (9 markah)
-
- Q5** (a) *Explain how changes in technology and the growth of online marketing affected the design of marketing channels.* (8 marks)
- (b) *Compare a conventional distribution channel with a vertical marketing system (VMS).* (8 marks)
- (c) *Explain how channel members add value to a marketing system.* (9 marks)

KERTAS SOALAN TAMAT
END OF QUESTION PAPER