



**UNIVERSITI TUN HUSSEIN ONN  
MALAYSIA**

**FINAL EXAMINATION  
SEMESTER II  
SESSION 2008/2009**

**NAME OF SUBJECT : PRINCIPLES OF MARKETING**  
**CODE OF SUBJECT : BPA 1052**  
**COURSES : 1 BPA / BPB / BPC**  
**EXAMINATION DATE : APRIL 2009**  
**DURATION : 2 HOURS**  
**INSTRUCTION : ANSWER FOUR (4) QUESTIONS  
ONLY FROM SIX (6) QUESTIONS**

**THIS QUESTION PAPER CONTAINS 4 PAGES**

S1 Produk dan perkhidmatan terbahagi kepada dua kelas yang berasaskan kepada jenis pengguna yang berdasarkan kegunaannya.

(a) Nyatakan persamaan produk industri dan produk kemudahan pengguna secara umum. (2 markah)

(b) Terangkan perbezaan kedua-dua produk tersebut. (4 markah)

(c) Terangkan **DUA (2)** keputusan yang harus syarikat ambil mengenai produk dan perkhidmatan individu. (4 markah)

*Q1 Products and services fall into two broad classes based on the types of consumers that use them.*

*(a) State the industrial products and consumer convenience products have in common. (2 marks)*

*(b) Describe the difference of the product. (4 marks)*

*(c) Describe **TWO (2)** decisions that companies make regarding their individual products and services. (4 marks)*

S2 Setiap produk mempunyai kitaran hayat. Jelaskan setiap langkah dalam Kitaran Hayat Produk (PLC).

(10 markah)

*Q2 Each product will have a life cycle. Explain each step in the Product Life Cycle (PLC). (10 marks)*

S3 Pihak syarikat perlu mengambil pertimbangan faktor persekitaran luaran apabila hendak menetapkan harga

(a) Jelaskan **EMPAT (4)** bahagian persekitaran luaran yang perlu diambil kira oleh pihak syarikat dalam menetapkan harga.

(4 markah)

(b) Huraikan faktor persekitaran luaran yang memberi kesan terhadap pemiagaan.

(6 markah)

Q3 *When setting prices, the company must consider its external environment.*

(a) *Explain **FOUR (4)** parts of the external environment that company must consider in setting price.*

(4 marks)

(b) *Describe how the external environments affect businesses.*

(6 marks)

S4 Saluran pengagihan adalah lebih daripada koleksi mudah firma-firma yang dihubungkan bersama dengan berbagai-bagai aliran.

(a) Bezakan antara saluran pengagihan konvensional dan Sistem Pemasaran Vertikal (VMS).

(6 markah)

(b) Huraikan peranan keahlian saluran yang boleh memberikan nilai tambah terhadap sistem pemasaran.

(4 markah)

Q4 *Distribution channels are more than simple collections of firms tied together by various flows.*

(a) *Compare a conventional distribution channel and Vertical Marketing System (VMS).*

(6 marks)

(b) *Describe how the channel members can give value added to a marketing system.*

(4 marks)

- S5 Peranan penjualan peribadi berbeza antara satu syarikat dengan syarikat yang lain.
- (a) Jelaskan peranan tenaga jualan dalam strategi pemasaran. (4 markah)
- (b) Huraikan langkah-langkah untuk mengenal pasti dan memberi latihan kepada tenaga jualan. (6 markah)
- Q5 *The role of personal selling varies from company to company.*
- (a) *Describe the role of the sales force in marketing strategy.* (4 marks)
- (b) *Explain the steps in finding and training an adequate sales force.* (6 marks)
- S6 Pemasaran secara atas-talian merupakan bentuk pemasaran terus yang mengalami pertumbuhan yang sangat pesat.
- Huraikan **EMPAT (4)** domain utama internet dalam perniagaan. (10 markah)
- Q6 *Online marketing is the fastest growing form of direct marketing.*
- Explain the **FOUR (4)** major internet domains in business.* (10 marks)

**KERTAS SOALAN TAMAT**

**END OF QUESTION PAPER**