

19

SULIT



BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI

JABATAN PELANCONGAN DAN HOSPITALITI

PEPERIKSAAN AKHIR
SESI DISEMBER 2015

DTM5043: TOURISM AND HOSPITALITY MARKETING

TARIKH : 6 APRIL 2016
MASA : 11.15 AM – 1.15 PM (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **SEMBILAN BELAS (19)** halaman bercetak.

Bahagian A: Objektif (20 soalan)

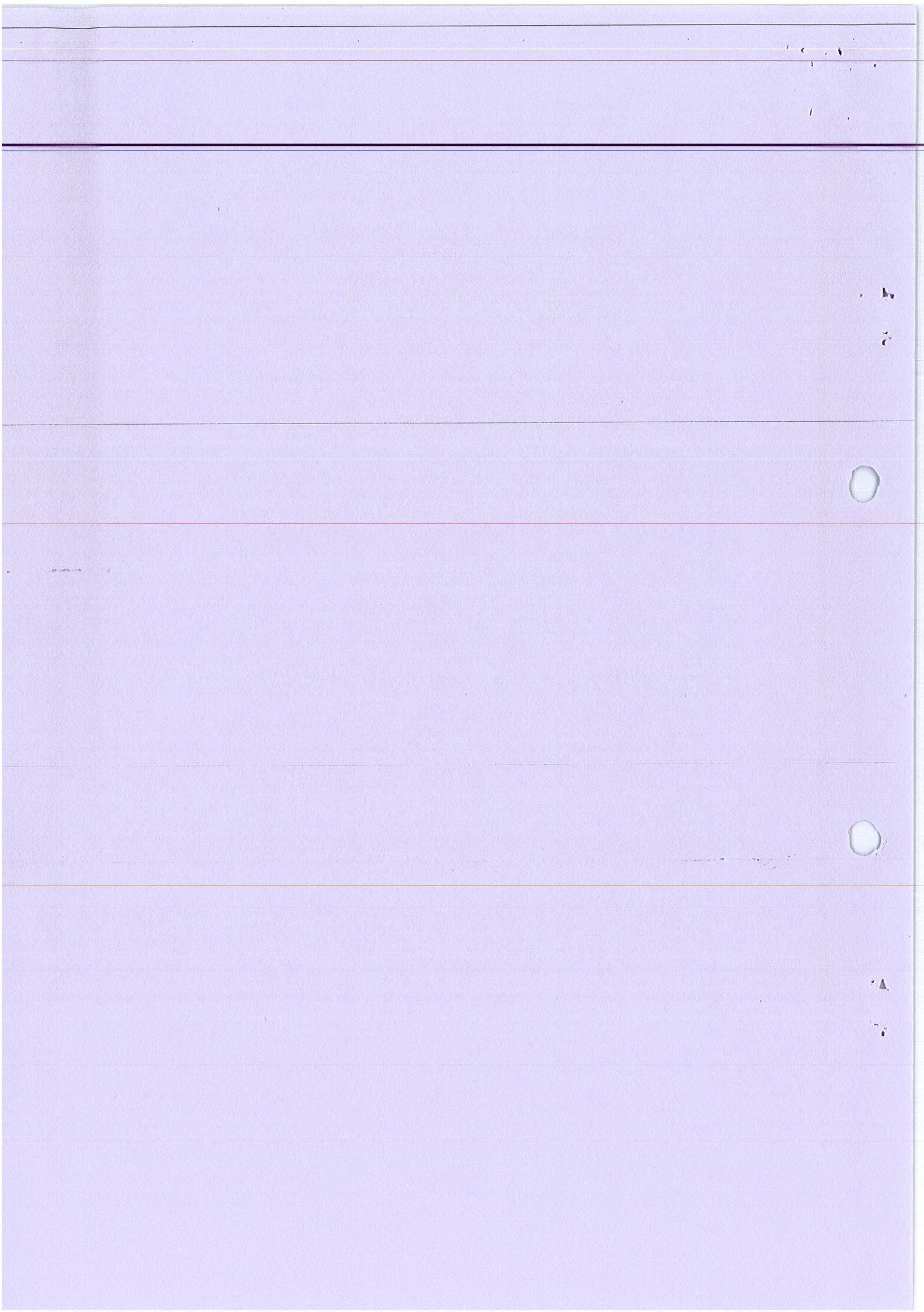
Bahagian B: Esei (6 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Kertas Graf, Formula dsb / Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALANINI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT



SECTION A : 20 MARKS**BAHAGIAN A : 20 MARKAH****INSTRUCTION:**

This section consists of TWENTY (20) objective questions. Mark your answers in the OMR form provided.

ARAHAN:

Bahagian ini mengandungi DUA PULUH (20) soalan objektif. Tandakan jawapan anda dalam borang OMR yang disediakan.

CLO1
C1

1.

Consumers will favor products that offer the most quality, performance, and features. Therefore the company should devote its energy in making continuous product improvements.

Konsumer lebih sukaan produk yang berkualiti, berprestasi tinggi dan mempunyai ciri-ciri yang dinamik. Dengan ini organisasi perniagaan perlu membuat penambahbaikan berterusan ke atas produk mereka.

The above statement explains _____.

Kenyataan di atas merujuk kepada _____.

- A. selling concept
konsep jualan
- B. product concept
konsep produk
- C. modern marketing concept
konsep pemasaran moden
- D. societal marketing concept
konsep pemasaran kemasyarakatan

CLO1 2. _____ is focuses on needs or wants of target market and delivering satisfaction better than competitor.

_____ adalah memfokuskan kepada keperluan atau kehendak sasaran pasaran dan memberikan lebih kepuasan berbanding pesaing.

- A. Production concept
Konsep pengeluaran
- B. Selling concept
Konsep jualan
- C. Marketing concept
Konsep pemasaran
- D. Product concept
Konsep produk

CLO1 3. Below are the correct marketing concepts EXCEPT.
C1

Di bawah adalah konsep pemasaran yang betul **KECUALI**.

- A. Product concept
Konsep produk
- B. Production concept
Konsep pengeluaran
- C. Selling concept
Konsep penjualan
- D. Basic concept
Konsep asas

CLO1

C1

4. Basic concept of marketing research is _____

- Konsep asas penyelidikan pemasaran ialah _____.
- A. Sort, analyze, evaluate and distribute information
Susun, analisis, menilai dan menyebarkan maklumat
 - B. Everyday information on development in marketing
Informasi harian berkenaan pembangunan pemasaran
 - C. More and accurate information arrives on-time
Informasi yang lebih banyak dan tepat tiba tepat pada masa
 - D. Deliver information to evaluate marketing performance
Informasi disampaikan untuk menilai prestasi pemasaran

CLO1

C1

5. Through _____ activities, the marketing information system can identify emerging market segmentations.

Melalui _____ aktiviti, sistem maklumat pemasaran boleh mengenalpasti segmentasi pemasaran yang muncul

- A. Competitor
Pesaing
- B. Governmental
Kerajaan
- C. Market monitoring
Pemerhatian pasaran
- D. Partnerships alliances
Hubungan perkongsian

CLO1

C1

6. Which of the below is the **CORRECT** marketing research process?

- A. Define problem → Develop research plan → Report findings → Collect and analyze data
Mengenalpasti masalah → Membina plan penyelidikan → Laporan penemuan → Kumpul dan analisis data
- B. Define problem → Develop research plan → Collect and analyze data → Report findings
Mengenalpasti masalah → Membina plan penyelidikan → Kumpul dan analisis data → Laporan penemuan
- C. Develop research plan → Define problem → Report findings → Collect and analyze data
Membina plan penyelidikan → Mengenalpasti masalah → Laporan penemuan → Kumpul dan analisis data
- D. Develop research plan → Collect and analyze data → Define problem → Report findings
Membina plan penyelidikan → Kumpul dan analisis data → Mengenalpasti masalah → Laporan penemuan

CLO1

C1

- 7.

- It should be written in not more than four pages
Ditulis tidak lebih daripada empat mukasurat
- Briefly describe the whole marketing strategy
Menerangkan secara ringkas keseluruhan strategi pemasaran

The above statements explain _____.

Penyataan di atas menerangkan _____.

- A. Executive summary
Ringkasan eksekutif
- B. Corporate connection
Pelan tindakan
- C. Action plan
Pelan tindakan
- D. Environmental analysis
Analisis persekitaran

CLO1

C1

8. Which of the following explain the importance of marketing plan?

- Manakah di antara berikut menerangkan kepentingan pelan pemasaran?*
- I. Provides a road map for all marketing activities
Memberikan panduan terhadap setiap aktiviti pemasaran
 - II. Assists in the budgeting process to match resources with marketing objectives.
Membantu proses menetapkan bajet melalui penggunaan sumber-sumber yang bertepatan dalam mencapai objektif pemasaran.
 - III. Interpreting and reporting the findings
Membuat interpretasi serta melaporkan dapatan
 - IV. Creates a process to monitor actual against expected results.
Merekabentuk proses pemantauan pencapaian sebenar berbanding pencapaian yang dijangkakan.
- A. II and III
II dan III
 - B. I and IV
I dan IV
 - C. I, II and IV
I, II dan IV
 - D. I, III and IV
I, III dan IV

CLO2

C1

9. Which of the following is the element of promotion mix?

Antara berikut yang manakah merupakan elemen dalam campuran promosi?

- A. Production
Produksi
- B. Segmentation
Segmentasi
- C. Communication
Komunikasi
- D. Public relation
Perhubungan awam

CLO2

10.

C1

- Immediate feedback & two way communications
Maklumbalas serta merta dan komunikasi dua hala
- Ability to target customers precisely
Keupayaan untuk mendapat sasaran pelanggan yang tepat
- Ability to get immediate action
Keupayaan untuk mendapat tindakan yang cepat

The above statements refer to advantages of _____.

Pernyataan di atas merujuk kepada kelebihan _____.

- A. Personal selling
Jualan peribadi
- B. Merchandising
Barangan perniagaan
- C. Direct marketing
Pemasaran langsung
- D. Sales promotion
Promosi jualan

CLO2
C1

11. The component used to communicate with customer in the traditional marketing mix is _____.

Komponen yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pelanggan di dalam tradisi percampuran pasaran adalah _____.

- A. People
Orang
- B. Product
Barangan
- C. Promotion
Promosi
- D. Price
Harga

CLO2

C1

12. Which of the following best describes the definition of branding

Antara berikut yang manakah paling tepat menerangkan definisi jenama.

- A. A brand is a name, term, sign, symbol, design or combination of these elements that is intended to identify the goods or services of a seller and differentiate them from those of competitors
Jenama adalah nama, istilah, tanda, symbol, rekaan atau kombinasi elemen tersebut yang dimaksudkan untuk mengenalpasti barang dan perkhidmatan penjual dan membezakannya daripada pesaing
- B. Brand name is a part of brand that can be vocalized
Jenama adalah sebahagian daripada jenama yang boleh disuarakan
- C. A trademark is a brand or part of a brand that is given legal protection; it protects the seller's exclusive rights to use the brand name or brand mark.
Satu cap dagang adalah sebahagian daripada jenama yang diberi perlindungan undang-undang; ia melindungi hak-hak istimewa penjual untuk menggunakan jenama atau tanda jenama
- D. Branding has long been popular in consumer goods. Some brands have become so powerful that they are used as generic terms for the product itself.
Jenama adalah popular di kalangan barang pelanggan.. Sesetengah jenama sangat berkuasa yang digunakan sebagai istilah umum bagi produk itu sendiri

CLO2

C1

13. Which of the following describe intensive distribution strategy?

Yang manakah antara berikut menerangkan tentang strategi pengedaran intensif?

- A. Suitable for product such as television
Sesuai untuk mengedar produk seperti televisyen
- B. Very limited number of intermediaries
Bilangan pengantara yang sangat terhad
- C. Generally used for item such as tobacco product, gas and soap
Secara umumnya digunakan untuk mengedar barang seperti produk tembakau, gas dan sabun
- D. Seller want to maintain control over the service level and product offered
Penjual ingin mengawal tahap perkhidmatan barang yang ditawarkan

CLO2

C1

14. The importance of branding towards an organization include

- A. Customer satisfaction
Kepuasan pelanggan
- B. Build customer loyalty
Menarik pelanggan setia
- C. Product development
Pembangunan produk
- D. Form of communication
Bentuk komunikasi

CLO2

C1

15. The customers in the niche market have a distinct and complex set of needs. Which of the statement below is NOT TRUE about niche market?

Pelanggan di dalam "niche market" mempunyai keperluan yang tersendiri dan kompleks. Manakah antara pernyataan di bawah TIDAK BENAR tentang "niche market"?

- A. The company in the niche marketing focus all the marketing mix strategy on only one market segment.
Syarikat di dalam "niche market" memfokus ke semua strategi campuran pasaran kepada satu segmen pasaran sahaja.
- B. Creating niches, expanding niches and protecting niches are the tasks of nichers/
Membina "niche", mengembangkan "niche" dan melindungi "niche" adalah tugas penghuni "niche".
- C. The niche marketer do not need to specialize in its operation to be successful
Pemasar "niche" tidak perlu mempunyai kepakaran dalam operasinya untuk berjaya.
- D. The company in the niche marketing needs to be expert in producing the products for the segment
Syarikat yang mengamalkan pemasaran niche haruslah mempunyai kepakaran dalam pengeluaran produk untuk segment tersebut.

CLO2

16

C1

i. Prestige <i>Prestij</i>	The opportunity to gain fame through travelling <i>Peluang untuk mendapatkan kemasyhuran dengan melancong</i>
ii. Escape <i>Pelarian</i>	The opportunity to escape from works, stress and hustle <i>Peluang untuk melarikan diri dari pekerjaan, stress dan kesibukan bandar</i>
iii. Sexual opportunity <i>Peluang seksual</i>	The opportunity to meet attractive people <i>Peluang untuk bertemu dengan orang yang menarik</i>
iv. Social interaction <i>Interaksi sosial</i>	The opportunity to meet and interact with people. <i>Peluang untuk bertemu dan berinteraksi dengan individu lain.</i>

Which of the statement above is **TRUE** about

Yang manakah antara pernyataan di atas adalah BENAR.

- A. I and II
I dan II
- B. II and III
II dan III
- C. I, II and III
I, II dan III
- D. I, II, III and IV
I, II, III dan IV

CLO2

C2

17. To determine the selection of market segments, there are four factors of segmenting consumer markets. One of them is _____ which separated based on social class, lifestyle or personal characteristics.

Dalam menentukan pemilihan segmen pasaran, terdapat empat faktor membahagikan pasaran pengguna. Salah satu daripadanya ialah _____ yang memisahkan antara kelas sosial, cara hidup dan ciri – ciri personal

- A. Behavior segmentation
Segmentasi kelakuan
- B. Geographical segmentation
Segmentasi geografi
- C. Demographic segmentation
Segmentasi demografi
- D. Psychographic segmentation
Segmentasi psikografi

CLO2

C2

18. In preparing “next year objectives” in the marketing plan, which of the following that needs to be highlighted?

Dalam menyediakan “objektif tahun depan” dalam perancangan pemasaran, manakah antara berikut perlu diutamakan?

- A. Top management
Pengurusan utama
- B. Competitive analysis
Analisis pesaing
- C. Marketing related plan
Pelan perniagaan berkaitan
- D. Break down objective by quarter
Pecahan objektif mengikut suku tahun

CLO2

19.

Hafiz who is a marketing manager for A&A Professional Conference Organizer,

C3

ASEAN Region, is assigned to prepare and present the next 5 years of marketing activities for the company. He needs to estimate the budget needed and suggest a process to monitor the actual performance against the expected result. Besides, he is also assigned by the management to ensure that the marketing activities are aligned with the corporate strategic plan.

Encik Hafiz merupakan seorang Pengurus pemasaran di syarikat A&A Professional Conference Organiser, Zon ASEAN, telah diminta untuk membentangkan aktiviti pemasaran syarikat berkenaan untuk tempoh 5 tahun akan datang. Beliau juga diminta untuk menganggarkan keperluan kewangan yang sepatutnya untuk melaksanakan aktiviti pemasaran tersebut. Selain itu, pihak pengurusan juga telah meminta beliau memastikan bahawa aktiviti pemasaran

The tasks which Hafiz needs to complete as explain in the above statement refers to _____.

Tugasan yang telah pihak pengurusan serahkan kepada Encik Rashid dan perlu beliau lengkapkan, sebagaimana diterangkan dalam perenggan di atas merujuk kepada _____.

- A. Marketing Plan
Pelan Pemasaran
- B. Marketing Strategy
Strategi Pemasaran
- C. Marketing Objective
Objektif Pemasaran
- D. Market Segmentation
Segmentasi Pasaran

CLO2
C3

20.



The tasks which Hafiz needs to complete as explain in the above statement refers to _____.

Tugasan yang perlu diselesaikan oleh Hafiz seperti yang diterangkan oleh rajah di atas merujuk kepada _____.

- A. Corporate connection
Perhubungan korporat
- B. Business connection
Perhubungan perniagaan
- C. Marketing connection
Perhubungan pemasaran
- D. Corporate alliances
Rakan perniagaan

SECTION B : 80 MARKS**BAHAGIAN B : 80 MARKAH****INSTRUCTION:**

This section consists of **SIX (6)** essay questions. Answer **FOUR (4)** questions only.

ARAHAN:

Bahagian ini mengandungi **ENAM (6)** soalan eseai. Jawab **EMPAT (4)** soalan sahaja.

QUESTION 1**SOALAN 1**

- (a) Marketing is a process creating communication, delivering and exchanging offerings that have value. Describe **FIVE (5)** functions of marketing.

*Pemasaran adalah satu proses mewujudkan komunikasi, menyampaikan dan bertukar barang yang mempunyai nilai. Jelaskan **LIMA (5)** fungsi pemasaran.*

[10 marks]
[10 markah]

CLO1
C1

- (b) Marketing concepts have evolved from time to time. Describe the **FIVE (5)** marketing concepts.

*Konsep pemasaran telah berevolusi dari masa ke semasa. Jelaskan **LIMA (5)** konsep pemasaran tersebut.*

[10 marks]
[10 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**

CLO1

C1

- (a) Basic concepts in marketing research are important to generate quality outcomes.
Identify the importance of marketing research.

Konsep asas dalam penyelidikan pemasaran adalah penting dalam menghasilkan pencapaian yang berkualiti. Kenalpasti kepentingan dalam penyelidikan pemasaran.

[10 marks]

[10 markah]

CLO1

C1

- (b) Marketers should pay attention to the key requirements for good research information needed to be fulfilled by the organization. Describe **FIVE (5)** key requirements of good research information

*Pemasar perlu memberi perhatian kepada keperluan utama untuk mendapatkan maklumat penyelidikan yang baik yang perlu dipenuhi oleh organisasi. Jelaskan **LIMA(5)** keperluan utama maklumat penyelidikan yang baik.*

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**CLO1
C1

- (a) Marketing plan is one of important document develop by marketing department for the management.

Pelan pemasaran merupakan salah satu dokumen yang penting kepada pihak pengurusan sesebuah syarikat.

- i. State **FOUR (4)** importance of marketing plan.

*Nyatakan **EMPAT (4)** kepentingan pelan pemasaran.*

[4 marks]
[4 markah]

- ii. List **SIX (6)** environmental analysis steps in marketing plan.

*Senaraikan **ENAM (6)** langkah analisa persekitaran dalam pelan pemasaran*

[6 marks]
[6 markah]

CLO1
C1

- (b) List **TEN (10)** content of a marketing plan.

*Senaraikan **SEPULUH (10)** isi kandungan penting yang terdapat dalam sesebuah pelan pemasaran*

[10 marks]
[10 markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**CLO2
C1

- (a) ‘Price’ is one of the marketing mix for tourism and hospitality product. Knowledge and understanding of setting the right price for a product or services is important.

‘Harga’ merupakan salah satu daripada campuran pemasaran. Pengetahuan serta kefahaman melatakan harga yang sesuai untuk sesuatu produk atau perkhidmatan adalah penting.

- i. Describe the meaning of ‘Price’

Jelaskan maksud ‘harga’

[2 marks]
[2 markah]

- ii. Describe **FOUR (4)** of the Price Regulation Strategy as one of the strategies in price fixing

*Jelaskan **EMPAT (4)** daripada Strategi Penetapan Harga bagi produk dan perkhidmatan.*

[8 marks]
[8 markah]

CLO2
C2

- (b) Explain **FIVE (5)** types of promotion below and give an example for each promotion type

*Terangkan **LIMA (5)** jenis promosi di bawah berserta contoh.*

- i. Advertising

Pengiklanan

- ii. Sales promotion and merchandising

Promosi jualan dan barang

- iii. Personal sales

Jualan peribadi

- iv. Publicity/

Publisiti

v. Direct marketing/

Jualan langsung

[10 marks]
[10 markah]

QUESTION 5

SOALAN 5

CLO2
C1

- (a) A product has its own life expectancy, the product will go through stages of Product Life Cycle.

- i. Give the definition of Product Life Cycle

Berikan definisi Product Life Cycle

[3 marks]
[3 markah]

CLO2
C2

- ii. Draw and explain **FOUR (4)** stages in the Product Life Cycle

*Lakar dan jelaskan **EMPAT (4)** peringkat dalam kitar hayat produk*

[12 marks]
[12 markah]

CLO2
C1

- (b) List **FIVE (5)** importance of branding

*Senaraikan **LIMA (5)** kepentingan penjenamaan*

[5 marks]
[5 markah]

QUESTION 6**SOALAN 6**CLO2
C2

- (a) There is no single way to segment a market. A marketer has to try different segmentation variables to create effective segment. Explain **FOUR (4)** bases of segmentation used by marketers to segment consumer market

*Segementasi yang baik memerlukan lebih dari satu kaedah. Pemasar perlu mencuba pembolehubah-pembolehubah yang berbeza untuk mendapatkan segmen yang berkesan. Terangkan **EMPAT (4)** segmentasi asas yang digunakan oleh ahli pemasaran untuk membina segmen pasaran pengguna*

[12 marks]
[12 markah]

CLO2
C3

- (b) Marketing plan is a marketing strategic planning method that is most popular within the organization. Interpret the following components in the marketing plan.

Rancangan pemasaran adalah kaedah perancangan pemasaran strategic yang paling popular di kalangan organisasi. Tafsirkan komponen rancangan pemasaran berikut.

- i. Environmental analysis

Analisis persekitaran

- ii. Next year's objectives and quotas

Objektif dan kuota untuk tahaun hadapan

[8 marks]
[8 markah]

SOALAN TAMAT