

SULIT



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

JABATAN PELANCONGAN DAN HOSPITALITI

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI I : 2022/2023

DTM50153: TOURISM AND HOSPITALITY MARKETING

TARIKH : 19 DISEMBER 2022 (ISNIN)

MASA : 8.30 AM – 10.30 AM (2 JAM)

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

Bahagian A: Objektif (20 soalan)

Bahagian B: Struktur (4 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

SECTION B : 80 MARKS

BAHAGIAN B : 80 MARKAH

INSTRUCTION:

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

ARAHAN:

Bahagian ini mengandungi EMPAT (4) soalan berstruktur. Jawab semua soalan.

QUESTION 1

SOALAN 1

- CLO1
C1
- a) List **FOUR (4)** marketing concepts.
Senaraikan EMPAT (4) konsep pemasaran.
- [4 marks]
[4 markah]
- CLO1
C2
- b) Discuss the difference between needs, wants and demands with examples.
Bincangkan perbezaan antara needs, wants and demands berserta dengan contoh.
- [6 marks]
[6 markah]
- CLO1
C3
- c) We understand that marketing has become an essential part of all business industries to grow rapidly. Write about the importance of marketing in the era of competition in the tourism and hospitality industry.
Kita memahami bahawa pemasaran telah menjadi bahagian penting dalam semua industri perniagaan untuk berkembang pesat. Tulis tentang kepentingan pemasaran dalam era persaingan dalam industri pelancongan dan hospitaliti.
- [10 marks]
[10 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

CLO1
C1 a) Define the following terms:
Definisikan terma-terma berikut:

i. Relationship marketing
Pemasaran Perhubungan

ii. Distribution channel
Saluran pengedaran

[4 marks]
[4 markah]

CLO1
C2 b) Discuss the characteristic of the following tourism products:
Bincangkan ciri produk pelancongan berikut:

i. Intangible
Tidak ketara

ii. Inseparable
Tidak boleh dipisahkan

iii. Perishable
Mudah rosak

[6 marks]
[6 markah]

CLO1
C3 c) A product has its own life expectancy, the product will go through stages of Product Life Cycle. Show **FIVE (5)** stages of the product life cycle.

Sesuatu produk mempunyai jangka hayatnya sendiri, produk itu akan melalui peringkat Kitaran Hayat Produk. Jelaskan LIMA (5) peringkat kitaran hayat produk. Tunjukkan LIMA (5) peringkat kitar hayat produk.

[10 marks]
[10 markah]

QUESTION 3
SOALAN 3

- CLO1
C1 a) Identify **TWO (2)** importance of marketing research.
*Kenal pasti **DUA (2)** kepentingan penyelidikan pemasaran.*

[4 marks]
[4 markah]

- CLO1
C2 b) Explain **THREE (3)** types of objectives for marketing research.
*Terangkan **TIGA (3)** jenis objektif bagi kajian pemasaran.*

[6 marks]
[6 markah]

- CLO1
C3 c) Show marketing research planning process.
Tunjukkan proses perancangan penyelidikan pemasaran.

[10 marks]
[10 markah]

UNIT PEPERIKSAAN PHT

QUESTION 4

SOALAN 4

- CLO1
C1
- a) Market segmentation is a marketing strategy in which selected groups of consumers are identified so that certain products or product lines can be presented to them in a way that appeals to their interests. List **FOUR (4)** market segmentation bases for consumer market.

*Segmentasi pasaran ialah strategi pemasaran di mana kumpulan pengguna terpilih dikenal pasti supaya produk atau barisan produk tertentu boleh dipersembahkan kepada mereka dengan cara yang menarik minat mereka. Senaraikan **EMPAT (4)** dasar segmentasi pasaran bagi pasaran pengguna.*

[4 marks]
[4 markah]

- CLO1
C2
- b) Explain **THREE (3)** types of market targeting strategies.
*Terangkan **TIGA (3)** jenis strategi sasaran pasaran.*

[6 marks]
[6 markah]

- CLO1
C3
- c) Provide **FOUR (4)** organizations in the market positioning.
*Berikan **FOUR (4)** organisasi dalam penentuan kedudukan pasaran.*

[10 marks]
[10 markah]

SOALAN TAMAT