

SULIT



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

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

JABATAN PELANCONGAN DAN HOSPITALITI

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI I : 2024/2025

DTM20473 : TOURISM AND HOSPITALITY MARKETING

TARIKH : 26 NOVEMBER 2024

MASA : 2.30 PETANG - 4.30 PETANG (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **DUA PULUH EMPAT (24)** halaman bercetak.

Bahagian A : Soalan Objektif (20 Soalan)

Bahagian B : Soalan Struktur (4 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

Bersaing dengan jenama haiwan peliharaan yang lebih besar dengan menurunkan harga dan menawarkan diskaun pada semua produk.

- D. Reducing the emphasis on eco-friendly messaging to appeal to a broader audience.

Mengurangkan penekanan pada mesej mesra alam untuk menarik khalayak yang lebih luas.

CLO2

20. A company is considering investing more in social media marketing to improve its brand exposure and return on investment. However, they are unsure how to leverage this platform effectively.

Based on the benefits of social media marketing, which approach should the company focus on to maximize its effectiveness?

Sebuah syarikat sedang mempertimbangkan untuk melabur lebih banyak dalam pemasaran media sosial untuk meningkatkan pendedahan jenama dan pulangan pelaburan. Walau bagaimanapun, mereka tidak pasti bagaimana untuk memanfaatkan platform ini dengan berkesan.

Berdasarkan manfaat pemasaran media sosial, pendekatan manakah yang harus diberi fokus oleh syarikat untuk memaksimumkan keberkesanannya?

- A. Increase the frequency of posts in the media to ensure the brand is seen by as many people as possible.

Meningkatkan kekerapan siaran di media untuk memastikan jenama dilihat oleh seramai mungkin orang.

- B. Concentrate on reaching a broad audience without targeting specific groups to maximize reach.

Memumpukan perhatian pada capaian audiens yang luas tanpa menyasarkan kumpulan tertentu untuk memaksimumkan capaian.

- C. Focus on engaging with the targeted audience, responding to their queries promptly, and maintaining active communication.

Fokus kepada interaksi dengan audiens yang disasarkan, menjawab pertanyaan mereka dengan cepat, dan mengekalkan komunikasi yang aktif.

- D. Use social media primarily for posting promotional content and limit interactions with followers.

Menggunakan media sosial terutamanya untuk memuat naik kandungan promosi dan menghadkan interaksi dengan pengikut.

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.*

CLO1

QUESTION 1
SOALAN 1

- a) Define the following terminology related to the tourism and hospitality industries.

Takrifkan istilah di bawah dengan merujuk kepada industry pelancongan dan hospitaliti

- i. Market
Pasaran
- ii. Exchange
Pertukaran

[4 marks]
[4 markah]

CLO1

- b) The hospitality industry, encompassing hotels, restaurants, travel agencies, and related services, is considered one of the world's major industries. The dynamic sector plays a crucial role in providing experiences, accommodations, and services to travelers and local patrons alike.

Explain **THREE (3)** importance of marketing which contributes to the success and growth of businesses operating in the hospitality sector.

Industri hospitaliti, merangkumi hotel, restoran, agensi pelancongan, dan perkhidmatan lain yang berkaitan serta dianggap sebagai salah satu industri utama dunia. Sektor yang dinamik ini memainkan peranan penting dalam menyediakan pengalaman, penginapan, dan perkhidmatan kepada pelancong dan pelanggan tempatan.

Terangkan TIGA (3) kepentingan pemasaran yang menyumbang kepada kejayaan dan pertumbuhan perniagaan yang beroperasi dalam sektor hospitaliti.

[6 marks]

[6 markah]

CLO1

- c) The marketing concept is a more recent business philosophy and one that has been adopted in the hospitality industry. The marketing concept holds that achieving organizational goals depends on determining the needs and wants of target markets and delivering the desired satisfaction more effectively and efficiently than competitors.

Discuss FIVE (5) marketing concepts based on philosophies from the tourism and hospitality perspective.

Falsafah pemasaran adalah satu falsafah perniagaan yang lebih baru dan telah diambil alih dalam industri hospitaliti. Falsafah pemasaran berpendapat bahawa mencapai matlamat organisasi bergantung kepada penentuan keperluan dan kehendak pasaran sasaran serta memberikan kepuasan yang diinginkan dengan lebih efektif dan efisien daripada pesaing.

Bincangkan LIMA (5) konsep pemasaran berasaskan kepada falsafah dalam perspektif pelancongan dan industri hospitaliti.

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 2
SOALAN 2

CLO 1

- a) The Marketing Mix is a fundamental concept in marketing strategy, encompassing eight key elements utilized by a company to promote and sell its products or services. List **FOUR (4)** traditional marketing mix elements (P's) that serve as tools in communicating the presence of a product or service in the marketplace.

*Campuran pemasaran adalah konsep asas dalam strategi pemasaran, merangkumi lapan elemen utama yang digunakan oleh sebuah syarikat untuk mempromosikan dan menjual produk atau perkhidmatannya. Senaraikan **EMPAT (4)** elemen campuran pemasaran tradisional (P's) yang berperanan sebagai alat dalam menyampaikan kewujudan produk atau perkhidmatan di pasaran.*

[4 marks]

[4 markah]

CLO1

- d) Packaging refers to the process of designing and creating the exterior and physical appearance of a product's container or covering. Packaging serves several important functions in marketing, and it plays a critical role in influencing consumer perceptions, choices, and overall brand experience. Explain **THREE (3)** importance of product packaging that influence consumers to proceed with their purchase.

*Pembungkusan merujuk kepada proses mereka bentuk dan mencipta rupa luar dan fizikal pembungkus atau penutup produk. Pembungkusan memainkan beberapa fungsi penting dalam pemasaran dan memainkan peranan penting dalam mempengaruhi persepsi pengguna, pilihan, dan keseluruhan pengalaman jenama. Terangkan **TIGA (3)** kepentingan pembungkusan produk yang mempengaruhi pengguna untuk meneruskan pembelian mereka.*

[6 marks]

[6 markah]

CLO1

- c) Service marketers must understand the five characteristics of service in tourism industries. Elaborate each of the following with **ONE (1)** fact and an example:

Pemasar perkhidmatan perlu memahami lima ciri perkhidmatan dalam industri pelancongan. Huraikan setiap perkara berikut dengan SATU (1) fakta berserta satu contoh:

- i. Intangibility
Intangibility
- ii. Perishability
Perishability
- iii. Inseparability
Inseparability
- iv. Variability
Variability
- v. Lack of Ownership
Lack of Ownership

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 3
SOALAN 3

CLO2

- a) A clothing company notices a drop in sales and wants to understand why. Adrian who is working in sales was asked to investigate. He needs to conduct a marketing research process. Sketch marketing research process for Adrian.

Sebuah syarikat pakaian menyedari penurunan dalam jualan dan ingin memahami sebabnya. Adrian yang bekerja dalam bidang jualan diminta menyasat. Dia perlu menjalankan proses penyelidikan pemasaran. Lakarkan proses penyelidikan pemasaran untuk Adrian.

[4 marks]

[4 markah]

CLO2

- b) A travel agency is developing a new package tour targeted at eco-conscious travelers. They are considering options like guided nature hikes, eco-friendly lodge accommodations, and educational workshops on wildlife conservation. However, they are uncertain whether these offerings match the desires and budgets of eco-conscious travelers.
- Considering the situation, determine **FOUR (4)** marketing research methods the travel agency should employ to assess the preferences and spending habits of eco-conscious travelers

Sebuah agensi pelancongan sedang membangunkan pakej lawatan baru yang disasarkan kepada pelancong yang peka terhadap alam sekitar. Mereka sedang mempertimbangkan pilihan seperti pendakian alam semula jadi berpandu, penginapan di lodge mesra alam, dan bengkel pendidikan mengenai pemeliharaan hidupan liar. Walau bagaimanapun, mereka tidak pasti sama ada tawaran ini sesuai dengan kehendak dan bajet pelancong yang peka terhadap alam sekitar.

*Mengambil kira situasi ini, tentukan **EMPAT (4)** kaedah penyelidikan pemasaran yang harus digunakan oleh agensi pelancongan untuk menilai keutamaan dan corak perbelanjaan pelancong yang peka terhadap alam sekitar.*

[8 marks]

[8 markah]

CLO2

- c) Sutera Hotel is planning to expand into a new city and wants to understand the local market's preferences and demands. The management team is aware that making the right decisions will depend on the quality of the research they conduct. They are concerned about gathering accurate and reliable data to guide their expansion strategy effectively.

Select **FOUR (4)** key requirements with explanation for ensuring that good research information gathered by Sutera Hotel is accurate, reliable, and valuable for making informed business decisions.

Hotel Sutera merancang untuk berkembang dalam satu bandar baharu dan ingin memahami pilihan serta permintaan pasaran tempatan. Pasukan pengurusan menyedari bahawa membuat keputusan yang betul akan bergantung pada kualiti penyelidikan yang mereka jalankan. Mereka mengambil berat tentang pengumpulan data yang tepat dan boleh dipercayai untuk membimbing strategi pengembangan mereka dengan berkesan.

*Pilih **EMPAT (4)** keperluan utama dengan penjelasan untuk memastikan maklumat penyelidikan yang baik dikumpulkan oleh Hotel Sutera adalah tepat, boleh dipercayai dan berharga untuk membuat keputusan perniagaan*

[8 marks]

[8 markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**

- CLO2 a) A market is the set of all actual and potential buyers of a product. Write **TWO (2)** importance of market segmentation.

*Pasaran merangkumi semua pembeli sebenar dan bakal pembeli bagi suatu produk. Tuliskan **DUA (2)** kepentingan segmentasi pasaran.*

[4 marks]
[4 markah]

- CLO2 b) A consumer electronics company is planning to launch a variety of new products, including smartphones, laptops, and smart devices for the home. They realize that their market is made up of buyers with different wants and needs. In order to ensure that their products are successful and meet the needs of customers accurately, the company needs to classify their market using different segmentations. Determine **FOUR(4)** types of segmentation that the company can use to divide its market and ensure that their new products better meet the wants and needs of customers.

Sebuah syarikat elektronik pengguna sedang merancang untuk melancarkan pelbagai produk baru, termasuk telefon pintar, komputer riba, dan peranti pintar untuk rumah. Mereka menyedari bahawa pasaran mereka terdiri daripada pembeli dengan pelbagai kehendak dan keperluan. Untuk memastikan produk mereka berjaya dan memenuhi kehendak pelanggan dengan tepat, syarikat tersebut perlu mengelaskan pasaran mereka menggunakan segmentasi yang berbeza.

*Tentukan **EMPAT(4)** jenis segmentasi yang boleh digunakan oleh syarikat tersebut untuk membahagikan pasaran mereka dan memastikan produk baru mereka memenuhi kehendak dan keperluan pelanggan dengan lebih baik.*

[8 marks]
[8 markah]

CLO2

- c) Al Ikhlas travel agency is planning to launch a marketing campaign to promote a new range of adventure tours. They want to explore the differences between direct marketing and digital marketing to decide which method would be more effective in attracting and engaging potential travelers.
- Differentiate between direct marketing and digital marketing in the context of launching a tourism campaign for adventure tours that might impact the agency's ability to reach and engage their target audience

Sebuah Agensi pelancongan Al Ikhlas merancang untuk melancarkan kempen pemasaran untuk mempromosikan rangkaian pengembaraan baharu. Mereka ingin meneroka perbezaan antara pemasaran langsung dan pemasaran digital untuk memutuskan kaedah mana yang lebih berkesan dalam menarik dan menarik minat pelancong yang berpotensi.

Bezakan antara pemasaran langsung dan pemasaran digital dalam konteks melancarkan kempen pelancongan untuk lawatan pengembaraan yang mungkin memberi kesan kepada keupayaan agensi untuk menjangkau dan melibatkan khalayak sasaran mereka

[8 marks]

[8 markah]

SOALAN TAMAT

(

(