

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

DTM50153: TOURISM AND HOSPITALITY MARKETING

TARIKH : 26 NOVEMBER 2024

MASA : 2.30 PETANG – 4.30 PETANG (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **LIMA BELAS (15)** 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

- (a) Describe the meaning of marketing.

Jelaskan maksud pemasaran.

[2 marks]

[2 markah]

CLO1

- (b) Explain **THREE (3)** marketing concepts of marketing in tourism and hospitality industry.

Terangkan TIGA (3) konsep pemasaran dalam industri pelancongan dan hospitaliti.

[6 marks]

[6 markah]

CLO1

- (c) The external marketing environment includes all factors that do not fall within your organization's control and are closely linked to the business and directly affects marketing operations.

Write **FOUR (4)** external environments for marketing in hospitality and tourism industry.

Persekitaran luaran pemasaran termasuk semua faktor yang tidak boleh dikawal oleh organisasi dan ianya sangat rapat dengan perniagaan dan memberi kesan kepada operasi pemasaran secara terus.

Tuliskan EMPAT (4) persekitaran luaran pemasaran dalam industri pelancongan dan hospitality.

[12 marks]

[12 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**

- CLO1 (a) State **TWO (2)** levels of product in marketing.
Nyatakan DUA (2) tahap produk dalam pemasaran.
[2 marks]
[2 markah]
- CLO1 (b) Explain **THREE (3)** promotional tools in tourism and hospitality marketing.
Terangkan TIGA (3) alat promosi dalam pemasaran. pelancongan dan hospitaliti.
[6 marks]
[6 markah]
- CLO1 (c) The marketing channel is an important element in business. It allows the seamless exchange of information between business brands and buyers, providing the opportunity to reach more people and expand awareness of the product and services.
Draw **THREE (3)** levels of marketing channel for tourism and hospitality products.
Saluran pemasaran adalah elemen yang penting dalam perniagaan. Ia membenarkan pertukaran maklumat antara jenama perniagaan dan pembeli, membekalkan peluang untuk mendapatkan lebih ramai orang dan mengembangkan kesedaran tentang produk dan perkhidmatan.
Lukiskan TIGA (3) tahap saluran pemasaran untuk industri pelancongan dan hospitality.
[12 marks]
[12 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**

- CLO1 (a) Define marketing research.
Takrifkan penyelidikan pemasaran.
- [4 marks]
[4 markah]
- CLO1 (b) Discuss **TWO (2)** types of marketing research methodology.
Bincangkan DUA (2) jenis kaedah kajian pemasaran.
- [6 marks]
[6 markah]
- CLO1 (c) Marketers should pay attention to the key requirements of good research that need to be fulfilled by an organization.
Write **FIVE (5)** key requirements in marketing research.
Pemasar perlu ambil perhatian kepada keperluan utama untuk maklumat penyelidikan yang baik dan perlu dipenuhi oleh organisasi.
Tuliskan LIMA (5) keperluan utama dalam penyelidikan pemasaran..
- [10 marks]
[10 markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**

CLO1

- (a) Explain **FOUR (4)** types of target market strategies.

Terangkan EMPAT (4) jenis strategi sasaran pasaran.

[8 marks]

[8 markah]

CLO1

- (b) Behavior segmentation is dividing a market into groups based on consumer knowledge, attitude, use or response to a product. Many marketers believe that behavior variables are the best starting point to build market segments.

Write **FOUR (4)** factors used in segmenting by behavior.

Segmentasi tingkah laku adalah pembahagi pasaran kepada kumpulan berdasarkan pengetahuan pengguna, sikap, kegunaan atau respon kepada produk. Ramai pemasar percaya bahawa pembolehubah tingkahlaku adalah permulaan yang terbaik untuk membina segmen.

Tuliskan EMPAT (4) faktor yang digunakan dalam segmentasi tingkah laku.

[12 marks]

[12 markah]

SOALAN TAMAT