

---

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Kedua  
Sidang Akademik 2001/2002

Februari/Mac 2002

**YBP 223 – PERIKLANAN**

Masa : 2 jam

---

Sila pastikan bahawa kertas peperiksaan ini mengandungi **SATU** muka surat yang bercetak sebelum anda memulakan peperiksaan ini.

Jawab **DUA (2)** soalan.

Sumbangan markah tiap-tiap soalan ialah 100 markah.

1. Pilih satu produk yang anda kerap gunakan atau baca/lihat dalam media. Berdasarkan pengetahuan anda, kenalpasti objektif periklanan bagi jenama ini dengan membincangkan langkah-langkah perancangan periklanan produk ini.
2. BATA adalah satu jenama kasut tempatan yang terkemuka pada satu ketika dulu. BATA telah kehilangan "market share" nya kepada 32% sahaja di tahun 2001. Antara sebab penurunan ini adalah peningkatan persaingan dari jenama-jenama baru dan impot. BATA mahu melancarkan semula jenama ini dengan "positioning" baru. Untuk memaksimakan kejayaan BATA ini, perihalkan dengan memberi justifikasi ciri-ciri "positioning" baru yang perlu digunakan dalam kempen periklanan yang bakal dilaksanakan, serta senaraikan strategi "positioning" yang diutarakan oleh Ries & Trout (1992) yang mungkin membantu BATA.
3. Kenalpasti elemen-elemen utama proses penerimaan mesej dalam strategi kreatif periklanan. Bincangkan bagaimana penggunaan secara kreatif taktik emosi boleh meningkatkan keberkesanan salah satu elemen tersebut. Untuk mengukuhkan analisis anda, bolehlah menggunakan kempen periklanan yang anda tahu.

- ooo O ooo -