
UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Akhir, Semester Kedua
Sidang Akademik 2002/2003

Februari / Mac 2003

YBP 223 – Periklanan

Masa : 2 jam

Sila pastikan bahawa kertas peperiksaan ini mengandungi **DUA [2]** muka surat yang bercetak sebelum anda memulakan peperiksaan ini.

Jawab **DUA [2]** soalan. Soalan **SATU (1)** adalah wajib.

Sumbangan markah tiap-tiap soalan ialah 100 markah.

1. Jelaskan dengan ringkas, 5 daripada konsep-konsep yang berikut. Sila gunakan contoh yang sesuai di mana perlu:
 - a) Kitar hayat produk (Product life cycle).
 - b) Strategi STP (Segmentasi, "Targeting" dan "Positioning").
 - c) "Puffery".
 - d) Model kesan Hierarki (Hierarchy of effects models).
 - e) Keputusan penglibatan tinggi vs penglibatan rendah.
 - f) Strategi tolak dan tarik.
 - g) Proposisi jualan unik (Unique Selling Proposition).
 - h) Segmentasi faedah.
 - i) "Aperture" dalam pelaksanaan iklan.

- 2 -

2. Bincangkan elemen-elemen penting dalam Rancangan Periklanan. Aplikasikan Rancangan Periklanan tersebut dalam satu kempen periklanan produk yang anda tahu.

3. Bagi memastikan sesuatu iklan itu menarik dan berkomunikasi dengan khalayak sasaran, pengiklan perlulah memahami khalayaknya termasuk faktor-faktor peribadi seperti faktor psikografik. Value and Life Style Systems (VALS) adalah salah satu model yang mengkategorikan pengguna mengikut nilai dalam diri mereka. Bincangkan kategori-kategori pengguna dalam model VALS 2 dengan menjelaskan iklan-iklan yang disasarkan kepada kategori-kategori tersebut.

- ooo O ooo-