

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Pertama
Sidang 1996/97

Oktober/November 1996

AMP344 - PENGIKLANAN/ADVERTISING

Masa: [3 jam/hours]

ARAHAN/INSTRUCTIONS

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

*Please ensure that this examination paper contains **TWO (2)** printed pages before starting the examination.*

Jawab **EMPAT (4)** soalan. Soalan **SATU** adalah **WAJIB** dan pilih **TIGA (3)** soalan yang lain.

*Answer **FOUR (4)** questions only. Answer Question No.1 which is **COMPULSORY** and choose any other **THREE (3)**.*

Semua soalan **MESTI** dijawab di dalam Bahasa Malaysia. Terjemahan yang disediakan di dalam Bahasa Inggeris adalah untuk pelajar luar negara.

Soalan 1 - WAJIB/Question 1 - COMPULSORY

- (a) Jelaskan bagaimana sesebuah agensi pengiklanan khidmat-penuh menangani pengiklanan untuk klien baru.

Explain how the full-service advertising agency approaches the handling of a new client's advertising.

[10 markah/marks]

- (b) Bincangkan bagaimana agensi pengiklanan bertindak terhadap permintaan kepada kecanggihan pengiklanan global yang kian meningkat.

Discuss how the advertising agencies have responded to the demand for increased global advertising sophistication.

[15 markah/marks]

...2/-

Soalan 2/Question 2

Bincangkan bagaimana Spiral Pengiklanan boleh digunakan untuk menentukan peranan utama pengiklanan dalam pembangunan sesuatu jenama.

Discuss how the Advertising Spiral can be used to determine the proper role of advertising in developing a brand.

[25 markah/marks]

Soalan 3/Question 3

Huraikan bagaimana usaha-usaha mencari kaedah terbaik untuk menentukan mesej dengan tepat kepada pengguna telah mendorong penggunaan teknologi dalam respons langsung.

Explain how the search for better ways to pinpoint message to consumers has resulted in technological applications in direct response.

[25 markah/marks]

Soalan 4/Question 4

(a) Terangkan pendekatan-pendekatan utama yang digunakan untuk pemetakan pasaran.
Explain the various approaches used for market segmentation.

[15 markah/marks]

(b) Bincangkan bagaimana analisis psikografik membantu pengiklan menyelami minda pengguna dan memahami cara untuk mempengaruhi pengguna.
Discuss how psychographic analysis helps advertisers to get deeper into the mind of the consumer and better understand how to influence consumers.

[10 markah/marks]

Soalan 5/Question 5

Kebanyakan jenama terkenal yang matang bergantung sepenuhnya kepada pengiklanan cara peringatan. Apakah risiko dalam strategi sebegini?

Many well-known mature brands rely almost exclusively on reminder advertising. What risks are involve in this strategy?

[25 markah/marks]

---ooo000ooo---