

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Kedua
Sidang 1991/92

Mac/April 1992

YUP 402 - Periklanan Peringkat Maju

Masa: [3 jam]

Jawab EMPAT 4 soalan.

1. Salah satu iklan TV menggunakan pendekatan surirumah yang muda mendapatkan nasihat daripada seorang wanita tua. Orang tua itu mengesyorkan barangan pengiklan dan memperlihatkan cara mana barangan itu berfungsi. Apakah kemungkinan keberkesanan pendekatan iklan ini?
(25 markah)

2. Apakah persamaan dan perbezaan bagi pembentukan kempen pengiklanan bagi Keselamatan Jalan Raya atau Mutu Kerja dan NUPRO atau Levis?
(25 markah)

3. Menurut kefahaman anda tentang teori pembelajaran dan pemprosesan maklumat, terangkan bagaimana pengiklanan berfungsi?
(25 markah)

4. Apakah yang dimaksudkan dengan konsep 'great idea'? Kenalpasti beberapa kempen yang bersesuaian. Cuba padankan objektif DAGMAR. Benarkah dakwaan bahawa DAGMAR tidak sesuai dengan pembentukan kempen kreatif yang hebat?
(25 markah)

...2/-

5. Zaitun Industries berminat memasuki pasaran minuman ringan. Mereka telah mengeluarkan satu jenis minuman baru bernama Kotler, iaitu jus buah epal berkarbonat mengandungi 0.5 peratus madu lebah. Ia dipakej di dalam botol gelas yang biasa seperti minuman lain. Apakah "positioning" alternatif yang ada bagi Kotler? Bagaimana anda memilih sesuatu yang optimal berasaskan strategi positioning yang anda ketahui?

(25 markah)

6. Ramai beranggapan bahawa periklanan tidak pernah membujuk melakukan sesuatu. Bayangkan tingkahlaku pembelian anda. Di dalam situasi manakah pengiklanan berpengaruh? Di manakah pula ia tidak berpengaruh atau bersifat negatif?

(25 markah)

7. Kenapa 'masalah media merupakan masalah pemasaran' menurut Barban, Cristol dan Copec, (1976).

Bentukkan satu strategi media bagi stor beli-belah aneka keluaran (seperti Gama, Super, Yaohan) dengan menjelaskan faktor yang harus dipertimbangkan di dalam pembinaan strategi tersebut.

(25 markah)

-oooOooo-