

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Pertama
Sidang 1994/95

Oktober/November, 1994

AMU302 - PENGIKLANAN

Masa: [3 jam]

ARAHAN

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

Jawab EMPAT soalan sahaja.

1. Bincangkan elemen-elemen utama dalam rancangan pengiklanan.
Discuss the key elements of an advertising plan.

[25 markah]

2. (a) Apakah konsep kreatif dalam pengiklanan?
What is a creative concept in advertising?

[3 markah]

- (b) "Percambahan fikiran ialah salah satu cara mendapatkan ide kreatif".
Bincangkan.
"Brainstorming is one of the ways to tap creative ideas". Discuss.

[10 markah]

- (c) Apakah langkah-langkah urutan proses kreatif?
What are the sequential steps in the creative process?

[7 markah]

- (d) Terangkan secara ringkas maksud "Hard and soft sell" dalam rekabentuk mesej.
Explain briefly "Hard and soft sell" in message design.

[5 markah]

...2/-

3. (a) Apakah perbezaan di antara perhubungan awam dengan pengiklanan? Apakah kelebihan perhubungan awam yang tidak ada pada pengiklanan? Terangkan.
How does public relations differ from advertising? Does public relations offer advantages not available through advertising? Explain.
- [8 markah]
- (b) Apakah definisi konsep pandangan awam? Mengapakah ia begitu penting kepada kejayaan perhubungan awam?
Define the concept of public opinion. Why is it so important to the success of public relations.
- [5 markah]
- (c) Apakah peranan perhubungan awam sebagai pembolehubah campuran pemasaran global dalam konsep pemasaran mega seperti yang diketengahkan oleh Prof. Philip Kotler?
What is the role of public relations as a global marketing mix variable in the Megamarketing concept, as outlined by Prof. Philip Kotler?
- [12 markah]
4. (a) Senaraikan rangka kempen pengiklanan.
Give the outline of an advertising campaign.
- [8 markah]
- (b) Bagaimanakah keputusan sasaran mempengaruhi pembangunan rancangan kreatif dan media?
How does the targeting decision affect the development of creative and media plans?
- [8 markah]
- (c) Bagaimanakah menilai keberkesanan kempen pengiklanan?
How will you evaluate the effectiveness of an advertising campaign?
- [9 markah]

...3/-

5. (a) Bagaimanakah pengiklanan perniagaan-kepada-perniagaan berbeza daripada pengiklanan pengguna?
In what way business-to-business advertising differ from consumer advertising?
- [5 markah]
- (b) Senaraikan jenis-jenis pengiklanan perniagaan-kepada-perniagaan.
Outline various forms of business-to-business advertising.
- [7 markah]
- (c) Senaraikan panduan untuk menyediakan pengiklanan perniagaan-kepada-perniagaan.
List various guidelines for preparation of business-to-business advertising.
- [7 markah]
- (d) Bincangkan secara ringkas jenis media untuk pengiklanan perniagaan-kepada-perniagaan dan kelebihannya.
Briefly discuss various business-to-business advertising media and their usefulness.
- [6 markah]
6. (a) Apakah matlamat promosi jualan?
What are the goals of sales promotion?
- [6 markah]
- (b) Senaraikan jenis-jenis promosi jualan dan bincangkan dengan ringkas peranannya dalam pemasaran.
List various types of sales promotion and discuss briefly the the role of sales promotion in marketing.
- [9 markah]
- (c) Bagaimanakah promosi jualan dan pengiklanan berbeza? Apakah persamaan-persamaan mereka? Bilakah kedua-duanya patut digunakan sekaligus?
How do sales promotion and advertising differ? What are their similarities? When should they be used together?

[10 markah]

...4/-

7. (a) Senaraikan kaedah untuk menguji 'copy'.
List various copy-testing methods.

[7 markah]

- (b) Banding, beza dan nilaikan di antara salinan iklan cetak Epilady dan Silk-épil diedarkan dalam kuliah.
Compare, contrast and evaluate the print advertisement copy of Epilady and Silk-épil advertisements as distributed to you during class discussions.

[18 markah]

---ooo000ooo---