

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Kedua
Sidang 1993/94

April 1994

YUP 402/4 - Periklanan Peringkat Maju

Masa: [3 jam]

Jawab **Soalan 1** dan **DUA** (2) soalan lain.

1. Apakah perbezaan asas di antara perancangan dan buatputusan (decision-making) terhadap pengurusan periklanan? Bagaimanakah rancangan periklanan berbeza daripada rancangan pemasaran keseluruhannya? Kenapa pula keputusan periklanan berbeza daripada keputusan pemasaran yang lain? Huraikan.

(100 markah)

2. Bagaimana anda menghasilkan satu kempen iklan bagi membentuk personaliti jenama?

(100 markah)

3. Pilih satu iklan khidmat masyarakat (Public Service Announcement) yang bertujuan mengubah tingkahlaku pengguna dan bincangkan kekuatan dan kelemahannya. Kenapa mesej yang diadun begitu sukar mencapai objektifnya? Bagaimanakah mesej tersebut dapat diperbaiki?

(100 markah)

4. Apakah itu materialisme? Benarkah rakyat Malaysia terlalu materialistik? Di dalam konteks ini, apakah peranan iklan di dalam membentuk nilai dan cara hidup masyarakat? Bagaimana pula sesebuah negara seperti Malaysia membentuk nilai seperti yang diimpikan oleh wawasan 2020?

(100 markah)

...2/

5. Terdapat ungkapan di dalam dunia iklan berbunyi "Bila kita tidak ada apa nak diperkatakan nyanyikan saja". Ini bermakna bahawa iklan berpaksikan perasaan lebih sesuai bagi jenama yang tidak ada butir keperbezaan berbanding pesaing? Apakah penelitian tentang hal ini yang anda ketahui?

(100 markah)

6. Cuba fikirkan barangan yang mempunyai daya tarikan global. Bagaimana anda pasarkan/iklankan di Amerika Selatan, Jerman, Jepun dan negara Afrika. Apakah pertimbangan yang perlu diambil terhadap rancangan strategiknya?

(100 markah)

7. Iklan luaran disifatkan sebagai "quick impact". Apakah maksudnya? Bagaimanakah anda membentuk mesej berkesan menerusi media ini?

(100 markah)

-oooOooo-