

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Kedua

Sidang 1992/93

April 1993

YUP 402/4 - Periklanan Peringkat Maju

Masa: [3 jam]

Jawab **EMPAT (4)** soalan. Soalan 1 adalah diwajibkan.

1. "Banyak institusi dan organisasi terlibat di dalam pengurusan periklanan. Mereka saling berinteraksi di dalam satu sistem yang memungkinkan proses periklanan" (David A. Aaker, Rajeev Batra dan John G. Myers 1992). Huraikan kenyataan di atas.

(25 markah)

2. Terangkan apa yang dimaksudkan dengan strategi mesej. Berikan contoh tiga alternatif strategi mesej yang boleh digunakan bagi jenama mentega kacang. Pilih salah satu strategi tersebut dan pertahankan pilihan anda.

(25 markah)

3. Model FCB membantu pengiklan mengklasifikasikan iklan dan barangan. Adakah model itu berteraskan cara hidup dan 'relationship advertising'? Berikan contoh di dalam jawapan anda.

(25 markah)

4. Terangkan kenapa perancangan media cuba mengimbangi 'jangkauan', 'kekerapan' dan 'kesinambungan' sesuatu jadual media yang dicadang. Apakah pertimbangan yang diambil kira di dalam keputusan ini?

(25 markah)

...2/-

5. Apakah yang dimaksudkan dengan konsep kreatif? Jelaskan peranannya di dalam kempen periklanan.
(25 markah)
6. Definisi istilah 'keperluan', 'barangan', 'maklumat' dan 'rasionaliti'. Adakah iklan yang menampilkan sekumpulan manusia menikmati minuman Coke menyampaikan maklumat? Apakah ianya satu daya tarikan yang sesuai? Bayangkan contoh lain. Adakah berlaku manipulasi?
(25 markah)
7. Globalisasi merupakan ciri utama industri periklanan Malaysia. Bincang permasalahan pengiklan antarabangsa dan tempatan di dalam menghadapi cabaran ini.
(25 markah)

-oooOooo