

- 2 -

1. Bincangkan proses penjenamaan di dalam konteks pengurusan Komunikasi Pemasaran Bersepadu (IMC). Berikan contoh yang sesuai.
2. Struktur industri iklan di Malaysia terdiri daripada agensi iklan, pengiklan, pengguna dan pembuat dasar. Kenapakah soal Dasar Periklanan Negara masih tidak dapat diselesaikan sehingga kini?
3. Bincangkan keberkesanan kempen iklan dari sudut model/teori periklanan yang anda ketahui. Berikan kes yang berkenaan.
4. Bincangkan kepentingan pemasaran di dalam konteks pengurusan kempen periklanan. Berikan contoh yang sesuai.

- ooo O ooo -