

SULIT



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI**

**BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI**

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI I : 2024/2025

DPM 40093: INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS

TARIKH : 26 NOVEMBER 2024

MASA : 2.30 PTG – 4.30 PTG (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **LIMA (5)** halaman bercetak.

Struktur (4 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

SECTION A: 100 MARKS**BAHAGIAN A: 100 MARKAH****INSTRUCTION:**

This section consists of **FOUR (4)** structured questions. Answer **ALL** questions.

ARAHAN:

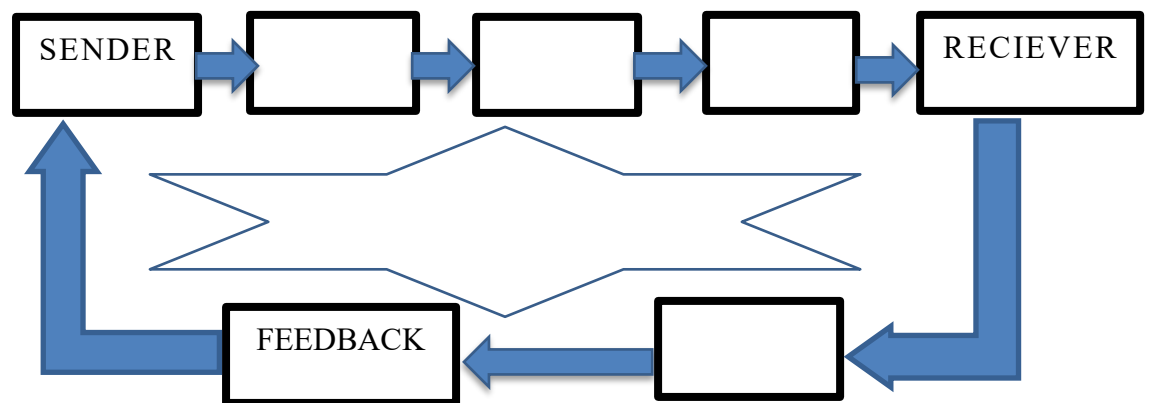
*Bahagian ini mengandungi **EMPAT (4)** soalan berstruktur. Jawab **SEMUA** soalan.*

QUESTION 1**SOALAN 1**

- CLO1 (a) Define integrated marketing communication (IMC).
Takrifkan komunikasi pemasaran bersepadu (IMC).
- [5 marks]
[5 markah]

- CLO1 (b) Fill in the model of the communication process in **Figure 1.0** with the appropriate communication elements.

*Isikan model proses komunikasi dalam **Gambarajah 1.0** dengan elemen-elemen komunikasi yang sesuai.*



Figure/Gambarajah 1.0

[5 marks]
[5 markah]

- CLO1 (c) Share **FIVE (5)** barriers of communication.
*Kongsi **LIMA (5)** halangan dalam komunikasi.*

[15 Marks]
[15 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**

- CLO1 (a) Elaborate **FOUR (4)** objectives of sales promotions for consumers.
*Huraikan **EMPAT (4)** objektif promosi jualan kepada pengguna.*
- [10 marks]
[10 markah]
- CLO1 (b) Pasaraya SukaSuka is one of the supermarkets located in Bandar Kayangan. As a marketing manager for this company, prepare **FIVE (5)** Customer-oriented promotional activities that can be used to attract more customers.
*Pasaraya SukaSuka ialah salah sebuah pasaraya yang terletak di Bandar Kayangan. Sebagai pengurus pemasaran untuk syarikat ini, sediakan **LIMA (5)** aktiviti promosi berorientasikan pelanggan yang boleh digunakan untuk menarik lebih ramai pelanggan.*
- [15 marks]
[15 marks]

QUESTION 3**SOALAN 3**

- CLO1 (a) Public relations and publicity strategies and activities are essential for shaping an organization's image, communicating its messages effectively, and engaging with key stakeholders. Identify **TWO (2)** public relations and publicity strategies and activities.
*Strategi dan aktiviti perhubungan awam dan publisiti adalah penting untuk membentuk imej organisasi, menyampaikan mesejnya dengan berkesan, dan melibatkan diri dengan pemegang kepentingan utama. Kenalpasti **DUA (2)** strategi dan aktiviti perhubungan awam dan publisiti.*
- [5 marks]
[5 markah]

- CLO1 (b) Compare **FOUR (4)** differences between public relations and publicity.
Bandingkan EMPAT (4) perbezaan di antara perhubungan awam dan publisiti.
[10 marks]
[10 markah]

- CLO1 (c) Personal selling is a crucial component of the marketing mix, and it involves direct communication between a salesperson and prospective customer. The primary goal of personal selling is to persuade and influence potential buyers to make a purchase. As a marketing manager of an automobile company, write **FIVE (5)** roles of personal selling that are suitable for your salesperson and company.
Jualan peribadi adalah komponen penting dalam campuran pemasaran, dan ia melibatkan komunikasi langsung antara jurujual dan bakal pelanggan. Matlamat utama jualan peribadi adalah untuk memujuk dan mempengaruhi bakal pembeli untuk membuat pembelian. Sebagai pengurus pemasaran sebuah syarikat automobil, tuliskan LIMA (5) peranan jualan peribadi yang sesuai untuk jurujual dan syarikat anda.
[10 marks]
[10 markah]

QUESTION 4

SOALAN 4

- CLO1 a) Direct marketing is a marketing strategy that involves communicating directly with individual customers or prospects to promote products or services and encourage a specific action, such as making a purchase or requesting more information. Various media channels and tools can be used in direct marketing campaigns. Explain **FIVE (5)** direct marketing media.
Pemasaran langsung ialah strategi pemasaran yang melibatkan komunikasi secara langsung dengan pelanggan atau prospek individu untuk mempromosikan produk atau perkhidmatan dan menggalakkan tindakan tertentu, seperti membuat pembelian atau meminta maklumat lanjut. Pelbagai saluran dan alat media boleh digunakan dalam kempen pemasaran langsung. Jelaskan LIMA (5) media pemasaran langsung.
[15 marks]
[15 markah]

- b) Internet communications objectives refer to the specific goals and aims that organizations or individuals have when using online platforms and technologies to communicate with their target audience. These objectives can vary depending on the context, industry, and purpose of the communication. You need to acquire **FIVE (5)** objectives of internet communications for your organization.

*Objektif komunikasi internet merujuk kepada matlamat khusus dan matlamat yang dimiliki oleh organisasi atau individu apabila menggunakan platform dan teknologi dalam talian untuk berkomunikasi dengan khalayak sasaran mereka. Objektif ini boleh berbeza-beza bergantung pada konteks, industri dan tujuan komunikasi. Anda dikehendaki mengenalpasti **LIMA (5)** objektif komunikasi internet untuk organisasi anda.*

[10 marks]

[10 markah]

END OF QUESTIONS

SOALAN TAMAT