

ESSAY : 100 MARKS

ESEI :100 MARKAH

INSTRUCTION:

This paper consists of **FOUR (4)** essay questions. Answers ALL the questions.

ARAHAN :

Kertas soalan ini mengandungi EMPAT (4) soalan esei. Jawab SEMUA soalan.

QUESTION 1

SOALAN 1

- (a) Explain the relationship between social impact and stereotypes in advertising

Terangkan perkaitan diantara kesan sosial dan stereotaip dalam pengiklanan

[5 marks]

[5 markah]

- (b) Explain the impacts of advertising towards economy

Terangkan kesan pengiklanan terhadap ekonomi

[20 marks]

[20 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

- (a) Discuss the writing creative strategy steps in advertising

Bincangkan langkah-langkah penulisan strategi kreatif dalam pengiklanan

[21 marks]

[21 markah]

SULIT

POLITEKNIK
Jabatan Pengajian Politeknik

BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENGAJIAN POLITEKNIK
KEMENTERIAN PENGAJIAN TINGGI

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI DISEMBER 2012

PM503: ADVERTISING

TARIKH : 30 APRIL 2013

TEMPOH : 2 JAM (8.30 AM – 10.30 AM)

Kertas ini mengandungi **EMPAT (4)** halaman bercetak.

Esei (4 Soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

QUESTION 4

SOALAN 4

CLO1
C1

- a) Advertisers need to fill in advertising contract before an advertisement is launched. Define advertising contract.

Sebelum sesuatu iklan dilancarkan pengiklan perlu mengisi kontrak pengiklanan terlebih dahulu. Apakah yang dimaksudkan dengan kontrak pengiklanan.

[3 marks]

[3 markah]

CLO1
C4

- b) Explain FIVE (5) advertising codes under the Malaysian Communication and Multimedia Commission (MCMC).

Terangkan LIMA (5) kod pengiklanan di bawah Malaysian Communication and Multimedia Commission (MCMC).

[10 marks]

[10 markah]

CLO1
C2

- c) Children are often used as an attraction in the advertising campaign even if the product is not intended for them. Classify THREE (3) criteria that must be fulfilled by advertisers if they want to make use of children based on RTM's guidelines.

Kanak-kanak sering dijadikan sebagai daya tarikan di dalam kempen pengiklanan walaupun produk bukanlah ditujukan kepada golongan tersebut. Klasifikasikan TIGA (3) kriteria sekiranya kanak-kanak ingin digunakan di dalam pengiklanan berdasarkan garis panduan RTM.

[12 marks]

[12 markah]

SOALAN TAMAT

CLO2
C2

- (b) Advertising appeals are the approach used to attract the attention of consumers. List TWO (2) of the advertising appeals that are commonly applied in advertising

Rayuan pengiklanan adalah kaedah yang digunakan untuk menarik perhatian pengguna. Bincangkan DUA (2) rayuan pengiklanan yang kerap digunakan dalam pengiklanan

[4 marks]

[4 markah]

QUESTION 3

SOALAN 3

CLO3
C1

- (a) List down FOUR (4) organizations involved in advertising.

Senaraikan EMPAT (4) organisasi yang terlibat dalam pengiklanan.

[4 marks]

[4markah]

CLO3
C2

- (b) By using appropriate examples, explain FOUR (4) roles of the advertising agency.

Dengan menggunakan contoh yang bersesuaian, terangkan EMPAT (4) peranan agensi pengiklanan.

[16 marks]

[16 markah]

CLO3
C3

- (c) What is the relationship between advertising and research companies?

Apakah hubungan antara pengiklanan dan syarikat penyelidikan?

[5 marks]

[5 markah]