

SULIT



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

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI JUN 2017

DPM2013 : INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS

TARIKH : 24 OKTOBER 2017

MASA : 8.30 PAGI - 10.30 PAGI (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **TUJUH BELAS (17)** halaman bercetak.

Bahagian A: Objektif (25 soalan)

Bahagian B: Struktur (3 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan :Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

SECTION A: 25 MARKS**BAHAGIAN A: 25 MARKAH****INSTRUCTION:**

This section consists of TWENTY FIVE (25) objective questions. Mark your answers in the OMR form provided.

ARAHAN:

Bahagian ini mengandungi DUA PULUH LIMA (25) soalan objektif. Tandakan jawapan anda di dalam borang OMR yang disediakan.

CLO1
C1

1. Which of the following is on the top of communication effect pyramid?

Manakah di antara berikut kedudukan teratas dalam piramid kesan komunikasi?

- A. Awareness
Kesedaran
- B. Repurchase
Pembelian berulang
- C. Liking
Minat
- D. Preference
Perbandingan

CLO1
C1

2. All of the following are the form of direct marketing, EXCEPT

Semua yang berikut adalah bentuk Pemasaran Langsung, KECUALI

- A. Online marketing
Pemasaran atas talian
- B. Kiosk marketing
Pemasaran Kios
- C. Online Catalogue
Katalog atas talian
- D. Point of Purchase
Titik Pembelian

CLO1
C1

3. Below are tools used in IMC programmes EXCEPT
Berikut merupakan alat-alat yang digunakan di dalam program IMC KECUALI

- A. Sales promotion
Promosi jualan
- B. Marketing Channel
Saluran Permasaran
- C. Personal Selling
Jualan Persendirian
- D. Public relation
Perhubungan awam

CLO1
C1

4. Sales promotion that targets the ultimate users such as sweepstakes, sample and coupons are known as:

Promosi jualan yang disasarkan kepada pengguna akhir seperti cabutan bertuah, sampel dan kupon adalah dikenali sebagai:

- A. Trade-oriented sales promotion
Promosi jualan yang berorientasikan perdagangan
- B. Public relations activities
Aktiviti perhubungan awam
- C. Consumer-oriented sales promotion
Promosi jualan berorientasikan pengguna
- D. Direct marketing incentives
Insentif pemasaran langsung

CLO1
C1

5. The receiver's set of reactions after seeing, hearing, or reading the message is:
Tindakan penerima selepas melihat, mendengar atau membaca sesuatu mesej adalah:

- A. Feedback
Maklumbalas
- B. Response
Respon
- C. Decoding
Penyahkodan
- D. Sourcing
Sumber

CLO1
C1

6. Prejudice is the _____ factor that can be a barrier in communication which are brought to ineffective listening and understanding.

Prejudis adalah faktor _____ yang membawa kepada halangan di dalam komunikasi dan menyebabkan pendengaran dan pemahaman yang tidak berkesan.

- A. Emotional
Emosi
- B. Language
Bahasa
- C. Experiential
Pengalaman
- D. Cultural
Budaya

CLO2
C1

7. The objective of information in advertising is to inform audience about company's following news EXCEPT

Objektif informasi dalam pengiklanan adalah untuk memberitahu audiens tentang berita berkaitan syarikat terhadap perkara berikut KECUALI

- A. Suggesting new uses for a product
Mencadangkan kegunaan baru produk
- B. Explaining how the product works
Menerangkan bagaimana produk berfungsi
- C. Encouraging switching to company's brand
Menggalakkan bertukar kepada jenama syarikat
- D. Describing available services
Menerangkan servis yang ditawarkan

CLO2
C1

8. JUTA JUTI SDN. BHD plans to use advertising media to promote their product. Which of the following is suitable to advertise their product:

JUTA JUTI SDN. BHD merancang untuk menggunakan media pengiklanan untuk mempromosikan produk mereka. Aktiviti manakah yang sesuai untuk mengiklankan produk mereka.

- A. Orphanage Society activities
Menjalankan aktiviti sosial di rumah anak yatim
- B. Distribute coupons to target audiences
Mengedarkan kupon kepada pengguna sasaran
- C. Distribute samples of JUTA JUTI product
Mengedarkan sampel produk JUTA JUTI
- D. Sponsor television show in TV channel
Menaja rancangan di televisyen

CLO2
C2

9. The advantage of Outdoor Advertising is _____

Kelebihan Pengiklanan Luar adalah _____

- A. Low cost
Kos rendah
- B. Timely and flexible
Sesuai dengan masa dan boleh ubah
- C. Known circulation – easy to target
Mengetahui kitaran dan mudah sasaran
- D. Can be geographically tailored for target market.
Tumpuan secara geografi untuk sasaran pasaran

CLO2
C1

10. "A system of marketing by which an organization communicates directly with the target customer is to generate a response or transaction." This statement refers to _____

"Sistem pemasaran yang mana syarikat berkomunikasi secara langsung dengan pengguna untuk menghasilkan maklumbalas atau urusan niaga". Pernyataan ini merujuk kepada _____

- A. Personal Selling
Jualan persendirian
- B. Sales promotion
Promosi Jualan
- C. Direct marketing
Pemasaran langsung
- D. Online marketing
Pemasaran atas talian

- CLO2
C1 11. CANTIQ Skincare product can be ordered online, packed and sent to customers in any part of the world by courier uses the method of

Produk Penjagaan kulit CANTIQ boleh ditempah secara atas talian, dibungkus dan dihantar kepada pengguna seluruh dunia menggunakan kurier adalah menggunakan kaedah

- A. Catalogue
Katalog
- B. Print media
Media cetak
- C. TV spot
TV spot
- D. Home shopping
Pembelian di rumah

- CLO2
C1 12. Which of the statement below refers to telemarketing?

Kenyataan yang manakah di bawah ini merujuk kepada telemarketing?

- A. Distributed locally, regionally or nationally and can be published weekly or monthly.
Pengedaran tempatan, negeri atau kebangsaan dan boleh diterbitkan mingguan atau bulanan.
- B. Selling products and services by using the telephone to contact prospective customers.
Menjual produk dan servis menggunakan telefon bagi menghubungi prospek pengguna.
- C. Design to generate an immediate response from customers, where each consumer response can be measured and attributed to individual advertisement.
Direka untuk menghasilkan respon segera daripada pelanggan, di mana setiap respons pengguna boleh diukur dan sifat terhadap pengiklanan individu.
- D. Display ads that appear on the website or web services.
Pengiklanan yang muncul di dalam laman web atau web perkhidmatan

- CLO2
C1 13. Refer to the objectives below, which of the following is NOT related to the internet communication objectives?

Berdasarkan objektif di bawah, yang mana satukah di antara berikut TIDAK berkaitan dengan objektif komunikasi internet?

- A. Create an image
Mencipta imej
- B. Stimulate trial
Merangsang percubaan
- C. Create brand loyalty
Mencipta kesetiaan jenama
- D. Create a strong brand
Mencipta kekuatan jenama

- CLO2
C1 14. Advertising that appears on a website, usually across the top of a page which is clicked by the user to the advertiser's website is known as:

Pengiklanan yang muncul di laman web, melintang di bahagian atas pada halaman yang di klik oleh pengguna ke laman web pengiklan dikenali sebagai:

- A. Banner advertising
Pengiklanan banner
- B. Sponsorships
Tajaan
- C. Interstitials
Selitan
- D. Pop-ups
"Pop-ups"

CLO2
C2

15. By providing more information in a more timely and efficient manner enables the customers to learn more about what company has to offer. A company can use the internet to improve their one-to-one relationships with customers through the method:

Dengan menyediakan lebih maklumat secara berkala dan amalan yang cekap, pelanggan sesebuah syarikat berupaya untuk mengetahui lebih banyak tentang apa yang ditawarkan oleh syarikat. Syarikat boleh menggunakan internet untuk membaiki hubungan personal dengan pelanggan menerusi kaedah:

- A. The sales promotion activities on the internet
Aktiviti promosi jualan di internet
- B. Direct marketing activities on the internet
Aktiviti pemasaran langsung di internet
- C. Public relations on the internet
Perhubungan awam di internet
- D. Personal selling on the internet
Jualan persendirian di internet

CLO2
C3

16. Marketers will use interstitials in the situation below:
Pemasar akan menggunakan interstitial pada situasi di bawah:

- A. This form of online advertising entails embedding an advertisement into a web page.
Ini adalah satu bentuk pengiklanan dalam talian yang memerlukan kita menerapkan iklan ke laman web.
- B. A form of online advertising on the World Wide Web intends to attract web traffic to capture the email addresses.
Satu bentuk pengiklanan dalam talian di World Wide Web bertujuan untuk menarik trafik dalam web untuk mendapatkan alamat e-mel.
- C. An advertisement that appears in a window on your computer screen while you are waiting for a web page to load
Iklan yang dipaparkan dalam tetitangkap pada skrin komputer anda semasa anda sedang menunggu untuk laman web untuk dipaparkan.
- D. A term for advanced technology used in internet ads, such as a streaming video which allows interaction and special effects
Satu istilah untuk teknologi canggih yang digunakan dalam iklan internet, seperti video streaming yang membolehkan interaksi dan kesan khas

CLO2
C3

17. All of the following would be considered to be specific forces that underlines the new Internet age EXCEPT

*Semua yang berikut boleh dipertimbangkan sebagai kuasa tekanan khusus yang mendasari era baru internet **KECUALI***

- A. Digitalization and connectivity
Pendigitalan dan perhubungan
- B. The explosion of the internet
Ledakan internet
- C. Customization and customerization
Penyesuaian dan mengikut pelanggan
- D. Increasing affluence and income in the country
Peningkatan kekayaan dan pendapatan dalam negara

CLO2
C1

18. X is a consumer promotion tool that is used to sell a single package at a reduced price or related products banded together. Identify X

X adalah alat promosi pengguna yang digunakan untuk menjual satu pakej produk pada harga yang dikurangkan atau produk-produk yang berkaitan disatukan bersama-sama. Kenal pasti X

- A. Premium
Premium
- B. Bonus pack
Pek bonus
- C. Sample
Sampel
- D. Advertising specialty
Pengiklanan istimewa

CLO2
C1

19. The main reason for marketers to use sales promotions when launching new products is to:

Tujuan utama pemasar menggunakan promosi jualan apabila membuat pelancaran produk baru adalah untuk:

- A. Increase sales
Meningkatkan jualan
- B. Remind about the product
Mengingatkan tentang produk
- C. Establish distribution
Mengekalkan pengedaran
- D. Develop loyalty
Membangunkan kesetiaan

CLO2
C2

20. Which of the following is NOT a sales promotion technique?

Yang mana di antara berikut BUKAN teknik promosi jualan?

- A. Sample
Sampel
- B. Sweepstakes
Cabutan bertuah
- C. Questionnaire
Soal selidik
- D. Coupon
Kupon

CLO2
C3

21. Which of the following is NOT considered to be an objective associated with the use of trade sales promotions?

Yang mana satu dari yang berikut TIDAK dipertimbangkan sebagai objektif untuk promosi jualan perdagangan?

- A. Encourage more prospecting
Menggalakkan lebih ramai prospek
- B. Off-set competitive promotion
Menghadapi persaingan promosi
- C. Build brand loyalty
Membina kesetiaan jenama
- D. Encourage stock of related items
Menggalakkan stok bagi item yang berkaitan

CLO2
C1

22. Lobbying or building and maintaining relations with legislators and government officials to influence legislation and regulation, is part of _____

Melobi atau membina dan mengekalkan hubungan dengan penggubal undang-undang dan pegawai kerajaan untuk mempengaruhi undang-undang dan peraturan, adalah sebahagian daripada _____

- A. Press relations
Hubungan akhbar
- B. A mass market strategy
Strategi pasaran besar-besaran
- C. Public relations
Perhubungan awam
- D. Press agencies
Agensi akhbar

CLO2
C1

23. Individuals or groups who are affected by an organization's behaviour are referred to as:
Individu atau kumpulan yang terkesan dengan gelagat organisasi adalah dikenali sebagai:

- A. Publics
Masyarakat umum
- B. Audiences
Audiens
- C. Shareholders
Pemegang saham
- D. Stakeholders
Pihak berkepentingan

CLO2
C3

24. Recently, CAFÉ RIA has been suffering from various negative rumours. In response to those negative rumours, the most suitable promotional strategy could be used is _____.

Baru-baru ini, CAFÉ RIA telah mengalami pelbagai khabar angin yang negatif. Bagi memberi respon yang sesuai kepada khabar angin tersebut, kaedah promosi yang sesuai digunakan ialah _____.

- A. advertising
pengiklanan
- B. press conference
sidang akhbar
- C. personal selling
penjualan peribadi
- D. lobbying
melobi

CLO2
C1

25. A sales person identifies problems and opportunities, offers alternatives options and provides solutions to customers with company's product is the role of sales person as:

Jurujual mengenalpasti masalah dan peluang, menawarkan alternatif dan penyelesaian kepada pelanggan dengan menyesuaikan produk syarikat merupakan salah satu peranan jurujual untuk:

- A. Guiding
Tunjukajar
- B. Surveying
Tinjauan
- C. Demonstrators
Demonstrasi
- D. Mapmaking
"Mapmaking"

SECTION B: 75 MARKS

BAHAGIAN B: 75 MARKAH

INSTRUCTION:

This section consists of THREE (3) structured questions. Answer ALL questions.

ARAHAN

Bahagian ini mengandungi TIGA (3) soalan berstruktur. Jawab SEMUA soalan.

QUESTION 1

SOALAN 1

CLO1
C1

- (a) Briefly describe any FOUR (4) elements in the communication process.

Jelaskan secara ringkas mana-mana EMPAT (4) elemen dalam proses komunikasi.

[8 marks]

[8 markah]

CLO1
C1

(b) Identify the direct marketing media below:

Kenalpasti media pemasaran langsung di bawah:

i. Home shopping

Beli belah dari rumah

[2.5 marks]

[2.5markah]

ii. Catalogue

Katalog

[2.5 marks]

[2.5 markah]

CLO1
C2

(c) Explain FOUR (4) roles of direct marketing in the Integrated Marketing Communications programme.

Terangkan EMPAT (4) peranan pemasaran langsung di dalam Program Komunikasi Pemasaran Bersepadu.

[12 marks]

[12 markah]

QUESTION 2
SOALAN 2CLO2
C1

(a) List FIVE (5) types of advertising on the internet.

Senaraikan LIMA (5) jenis pengiklanan di internet.

[5 marks]

[5 markah]

CLO2
C2

(b) Explain FOUR (4) direct marketing activities on the internet.

Terangkan EMPAT (4) aktiviti pemasaran langsung di internet.

[10 marks]

[10 markah]

CLO2
C2

(c) JJY Co., a cereal manufacturer has decided to use trade oriented sales to accomplish their sales goals. Demonstrate FOUR (4) trade oriented sales promotion tools with suitable example for each.

*JJY Co., pengeluar bijirin telah membuat keputusan untuk menggunakan promosi jualan berorientasikan perdagangan bagi mencapai matlamat jualan mereka.**Tunjukkan mereka EMPAT (4) aktiviti promosi jualan berorientasikan perdagangan beserta contoh bersesuaian.*

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 3
SOALAN 3CLO2
C3

a) Explain FIVE (5) activities and strategies in public relation.

Terangkan LIMA (5) aktiviti dan strategi perhubungan awam.

[10 marks]

[10 markah]

CLO2
C3

- b) Illustrate how to combine personal selling with the promotional tools below with appropriate examples.

Huraikan bagaimana cara untuk menggabungkan jualan peribadi dengan alat-alat promosi di bawah beserta contoh yang sesuai.

- i. Advertising
Pengiklanan
- ii. Sales promotion
Promosi jualan
- iii. Internet
Internet

[15 marks]
[15 markah]

SOALAN TAMAT