

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 II : 2023/2024

DPM40093: INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION

TARIKH : 27 MEI 2024

MASA : 2.30 PETANG – 4.30 PETANG

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

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) List **FOUR (4)** tools of Integrated Marketing Communications (IMC).
*Senaraikan **EMPAT (4)** alat Komunikasi Pemasaran Bersepadu (KPB).*
- [4 marks]
[4 markah]
- CLO1 (b) Explain **THREE (3)** command barriers in the communication process.
*Terangkan **TIGA (3)** halangan di dalam Komunikasi Pemasaran Bersepadu (KPB).*
- [6 marks]
[6 markah]
- CLO1 (c) Elaborate on how elements of the communication process can help the company in creating an effective communication process. Share **FIVE (5)** elements with a suitable example.
*Huraikan bagaimana elemen proses komunikasi yang dapat membantu syarikat dalam mewujudkan proses komunikasi yang berkesan. Kongsi **LIMA (5)** elemen proses komunikasi berserta contoh yang bersesuaian.*
- [15 marks]
[15 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**

- CLO1 (a) State **FIVE (5)** consumer-oriented sales promotions.
Nyatakan LIMA (5) promosi jualan berorientasikan pelanggan.
- [5 marks]
[5 markah]
- CLO1 (b) Explain **FIVE (5)** types of advertising media.
Terangkan LIMA (5) jenis media pengiklanan.
- [10 Marks]
[10 Markah]
- CLO1 (c) Zatt Café has released a new product which is a cromboloni. Execute **FIVE (5)** consumer-oriented promotional activities for this product.
Kafe Zatt telah mengeluarkan satu produk baru iaitu cromboloni. Laksanakan LIMA (5) aktiviti promosi berorientasikan pengguna bagi produk tersebut.
- [10 marks]
[10 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**

- CLO1 (a) Define public relations.
Berikan definisi perhubungan awam.
- [5 marks]
[5 markah]

CLO1

- (b) The personal sales process involves finding, informing, persuading, and serving customers through personal communication. Explain **FIVE (5)** roles of personal selling.

*Proses ini jualan peribadi melibatkan mencari, memaklumkan, memujuk, dan k memberi perkhidmatan kepada pelanggan melalui komunikasi peribadi. Terangkan **LIMA (5)** peranan jualan peribadi.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO1

- (c) Anne Food & Beverages (AFB) has been in the market for 10 years. General Manager Miss Anne has instructed her Marketing Officer to suggest activities which can enhance the company's image. Provide **FIVE (5)** public relations and publicity activities that can be implemented by the company to the audience outside the organization to boost the image of the company.

*Anne Food & Beverages (AFB) telah berada di pasaran selama 10 tahun. Pengurus Besar Miss Anne telah mengarahkan Pegawai Pemasarannya untuk mencadangkan aktiviti yang boleh meningkatkan imej syarikat. Berikan **LIMA (5)** aktiviti perhubungan awam dan publisiti yang boleh dilaksanakan oleh syarikat kepada audien di luar organisasi untuk menaikkan imej syarikat.*

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**

CLO1

- (a) Identify **FIVE (5)** advertisements on the internet.

*Kenalpasti **LIMA (5)** pengiklanan di internet.*

[5 marks]

[5 markah]

- CLO1 (b) The Internet has changed how people communicate with one another. It's the new way for businesses to connect with their customers. As a marketing student, discuss **FIVE (5)** internet communications objectives.
- Internet telah mengubah cara orang berkomunikasi antara satu sama lain. Ini adalah cara baharu bagi perniagaan untuk berhubung dengan pelanggan mereka. Sebagai pelajar pemasaran, bincangkan **LIMA (5)** objektif komunikasi internet.*

[10 marks]

[10 markah]

- CLO1 (c) Direct marketing is a form of marketing that focuses on communicating directly with customers to promote products or services. Today, most companies incorporate some type of direct marketing campaign into their marketing strategy. Apply **FIVE (5)** roles of direct marketing in the Integrated Marketing Communication programs.
- Pemasaran langsung ialah satu bentuk pemasaran yang memfokuskan kepada berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan untuk mempromosikan produk atau perkhidmatan. Hari ini, kebanyakan syarikat menggabungkan beberapa jenis kempen pemasaran langsung ke dalam strategi pemasaran mereka. Tunjukkan **LIMA (5)** peranan pemasaran langsung dalam program komunikasi pemasaran bersepadu.*

[10 marks]

[10 markah]

SOALAN TAMAT