

**SULIT**



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

**JABATAN PERDAGANGAN**

**PEPERIKSAAN AKHIR**

**SESI JUN 2018**

**DPM2013 : INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS**

**TARIKH : 10 NOVEMBER 2018**

**MASA : 11.15 PAGI - 1.15 TENGAHARI (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. \_\_\_\_\_ is an expansion of utilizing both modern and traditional marketing strategies, to optimise the communication of a consistent message conveying the company's branding to stakeholders.

*\_\_\_\_\_ adalah kaedah dimana strategi pemasaran moden dan tradisional digunakan secara optimum bagi menyampaikan mesej berkenaan jenama syarikat kepada pihak berkepentingan secara konsisten.*

- A. Integrated marketing Communication  
*Komunikasi pemasaran bersepadu*
- B. International marketing communication  
*Komunikasi pemasaran antarabangsa*
- C. Utilization Marketing Communication  
*Komunikasi pemasaran sepenuhnya*
- D. Marketing communication combination  
*Gabungan komunikasi pemasaran*

CLO1  
C1

2. The followings are IMC tools, EXCEPT:

*Kesemua berikut adalah alat-alat IMC, KECUALI:*

- A. Advertising  
*Pengiklanan*
- B. Sales promotion  
*Promosi jualan*
- C. Direct marketing  
*Pemasaran langsung*
- D. Marketing channel  
*Saluran pemasaran*

CLO1  
C1

3. \_\_\_\_\_ refers to a process of transforming messages of another person back into own ideas and feeling.

\_\_\_\_\_ merujuk kepada proses mengubah mesej orang lain dalam bentuk yang mudah difahami.

- A. Feedback  
*Tindak balas*
- B. Decoding  
*Penyahkodan*
- C. Encoding  
*Pengkodan*
- D. Media  
*Media*

CLO1  
C1

4. Top Down approach is an approach where the top management sets the budgeting limits. \_\_\_\_\_ is a top down approach where marketers set the budget at a certain percentage of current or forecasted sales or unit sales price.

*Pendekatan Dari Atas ke Bawah merupakan pendekatan dimana pihak pengurusan atasan menetapkan had belanjawan. \_\_\_\_\_ adalah salah satu Pendekatan Dari Atas ke Bawah dimana pemasar menetapkan had belanjawan mengikut peratusan anggaran jualan.*

- A. Percentage-of-sales method  
*Kaedah peratusan jualan*
- B. Competitive parity method  
*Kaedah perbandingan persaingan*
- C. Return on investment (ROI) method  
*Kaedah pulangan pelaburan*
- D. Affordable budget method  
*Kaedah belanjawan mampu*

CLO2  
C1

5. Advertising is the most widely used promotional tool by both small and large firms. The three (3) advertising objectives are to inform, to persuade and \_\_\_\_\_.

*Pengiklanan adalah kaedah promosi yang paling luas digunakan oleh firma kecil dan besar. Tiga objektif utama pengiklanan adalah untuk memberitahu, memujuk dan \_\_\_\_\_.*

- A. To promote  
*Mempromosikan*
- B. To sell  
*Menjual*
- C. To remind  
*Mengingatikan*
- D. To compete  
*Bersaing*

CLO2  
C1

6. Pinney recently launched their new shampoo targeted to both men and women. The main objective of their advertising is to \_\_\_\_\_.

*Pinney telah melancarkan syampu baru yang disasarkan kepada golongan lelaki dan wanita. Oleh yang demikian, objektif utama pengiklanan Pinney adalah untuk \_\_\_\_\_.*

- A. Promote  
*Mempromosikan*
- B. Persuade  
*Memujuk*
- C. Remind  
*Mengingatikan*
- D. Inform  
*Memberitahu*

CLO2  
C2

7. The most commonly used type of advertising media in Malaysia is television. The major media types are newspaper, television, direct mail, radio, magazines, internet and \_\_\_\_\_.

*Televisyen adalah jenis pengiklanan yang paling biasa digunakan di Malaysia. Jenis-jenis pengiklanan yang utama adalah surat khabar, televisyen, surat langsung, radio, majalah, internet dan \_\_\_\_\_.*

- A. Brochure  
*Brosur*
- B. Catalogue  
*Katalog*
- C. Banner  
*Banner*
- D. Outdoor advertising  
*Pengiklanan luaran*

CLO2  
C2

8. Changing customer's perception of product attributes is one of the advertising objectives to \_\_\_\_\_ customer to buy our product.

*Mengubah persepsi pelanggan terhadap ciri-ciri produk adalah salah satu objektif pengiklanan yang bertujuan untuk \_\_\_\_\_ pelanggan membeli produk kita.*

- A. Promote  
*Mempromosikan*
- B. Persuade  
*Memujuk*
- C. Remind  
*Mengingatikan*
- D. Inform  
*Memberitahu*

CLO2  
C1

9. Using the telephone to sell directly to consumers and businesses refers to \_\_\_\_\_.

*Menggunakan telefon untuk menjual secara langsung kepada pengguna dan perniagaan merujuk kepada \_\_\_\_\_.*

- A. Kiosk marketing  
*Pemasaran kiosk*
- B. Direct mail marketing  
*Pemasaran mail langsung*
- C. Catalogue marketing  
*Pemasaran katalog*
- D. Telemarketing  
*Telepemasaran*

CLO2  
C1

10. Marketers communicate directly with the target consumers to generate response or transaction and build stronger relationships. This statement refers to \_\_\_\_\_.

*Pemasar berkomunikasi secara terus dengan pengguna sasaran bagi mendapatkan tindak balas atau transaksi dan menjalinkan hubungan yang lebih kukuh. Kenyataan ini merujuk kepada \_\_\_\_\_.*

- A. Personal selling  
*Jualan peribadi*
- B. Direct marketing  
*Pemasaran langsung*
- C. Interactive marketing  
*Pemasaran interaktif*
- D. Internet marketing  
*Pemasaran internet*

CLO2  
C1

11. Advertising and marketing efforts that use the web and email to drive direct sales via electronic commerce, refers to \_\_\_\_\_.

*Usaha membuat pengiklanan dan pemasaran menggunakan laman sesawang dan email untuk mendapatkan jualan secara langsung melalui perdagangan elektronik merujuk kepada \_\_\_\_\_.*

- A. Web marketing  
*Pemasaran laman sesawang*
- B. Email marketing  
*Pemasaran email*
- C. Internet marketing  
*Pemasaran internet*
- D. Social media marketing  
*Pemasaran media sosial*

CLO2  
C1

12. Zazandra Perfume built their official website to provide information about their products in order to \_\_\_\_\_.

*Minyak wangi Zazandra membina laman sesawang rasmi mereka untuk menyediakan maklumat mengenai produk mereka bagi tujuan untuk \_\_\_\_\_.*

- A. Generate awareness  
*Menjana kesedaran*
- B. Generate interest  
*Menjana minat*
- C. Disseminate information  
*Menyebarkan maklumat*
- D. Create strong brand  
*Membina jenama yang kuat*

CLO2  
C2

13. D'ayuna Clothing actively promotes their products on Facebook and Instagram in order to \_\_\_\_\_.

*D'ayuna mempromosikan pakaian mereka secara aktif melalui Facebook dan Instagram bagi tujuan untuk \_\_\_\_\_.*

- A. Generate awareness  
*Menjana kesedaran*
- B. Generate interest  
*Menjana minat*
- C. Disseminate information  
*Menyebarkan maklumat*
- D. Create strong brand  
*Membina jenama yang kuat*

CLO2  
C2

14. Video of a gorgeous lady wearing Lalala handbag and fighting five thieves that went viral on social media is an example of a company trying to \_\_\_\_\_.

*Video mengenai seorang wanita cantik yang melawan lima pencuri sambil menggunakan handbag Lalala menjadi viral di media social merupakan contoh syarikat cuba untuk \_\_\_\_\_ dari pengguna.*

- A. Gain consideration  
*Mendapatkan pertimbangan*
- B. Create buzz  
*Mendapatkan perhatian*
- C. Stimulate trial  
*Meransang pembelian percubaan*
- D. Create strong brand  
*Membina jenama yang kuat*



CLO2  
C3

15. \_\_\_\_\_ are ads underneath the web page and become visible only when the user leaves the sites.

\_\_\_\_\_ merujuk kepada pengiklanan yang hanya muncul apabila pengguna meninggalkan laman sesawang tersebut.

- A. Links  
*Pautan*
- B. Interstitials  
*Selitan*
- C. Pop – ups  
*Pop – ups*
- D. Pop – under  
*Pop – under*

CLO2  
C3

16. Search engine advertising, in which advertisers pay only when a consumer clicks on their ad or link from a search engine page refers to \_\_\_\_\_.

*Mesin carian pengiklanan, di mana pengiklan membayar hanya apabila pengguna mengklik pada iklan atau pautan dari halaman enjin carian merujuk kepada*

- A. Links  
*Pautan*
- B. Interstitials  
*Selitan*
- C. Paid search  
*Carian berbayar*
- D. Banner  
*Sepanduk*

CLO2  
C1

17. A direct inducement that offers an extra value or incentive for the product to sales force, distributors or the ultimate consumer with the primary objective of creating an immediate sale refers to \_\_\_\_\_.

*Dorongan secara langsung yang dimana syarikat menawarkan nilai tambahan atau insentif untuk produk, tenaga jualan, pengedar atau pengguna akhir dengan objektif utama untuk mewujudkan jualan segera merujuk kepada \_\_\_\_\_.*

- A. Advertising  
*Pengiklanan*
- B. Public relation  
*Perhubungan awam*
- C. Personal selling  
*Jualan peribadi*
- D. Sales promotion  
*Promosi jualan*

CLO2  
C1

18. Event marketing, loyalty programme, coupon and sampling are examples of sales promotion activities targeted to end users to encourage purchasing a particular brand and create demand. This refers to a \_\_\_\_\_ strategy.

*Acara pemasaran, program kesetiaan, kupon dan sampel adalah contoh aktiviti promosi jualan yang ditujukan khas kepada pengguna akhir bagi menggalakkan pembelian sesuatu jenama dan mewujudkan permintaan. Ini merujuk kepada strategi \_\_\_\_\_.*

- A. Pull  
*Tarik*
- B. Push  
*Tolak*
- C. Pull and push  
*Tarik dan tolak*
- D. Push and force  
*Tolak dan paksa*

CLO2  
C2

19. 'Buy 2 items get 1 free item' refers to \_\_\_\_\_ method.

'Beli 2 dapat percuma 1" merujuk kepada kaedah \_\_\_\_\_.

- A. Coupon  
*Kupon*
- B. Price of deals  
*Potongan harga*
- C. Refunds and rebates  
*bayaran balik dan rebat*
- D. Bonus pack  
*Pek bonus*

CLO2  
C3

20. Patini offers up to 70% discounted price for every item in their store. What is the method being used by Patini?

*Patini menawarkan potongan harga setinggi 70% untuk setiap barang di kedai mereka. Apakah kaedah yang diguna oleh Patini?*

- A. Coupon  
*Kupon*
- B. Price off deals  
*Potongan harga*
- C. Refunds and rebates  
*Bayaran balik dan rebat*
- D. Bonus pack  
*Pek bonus*

CLO2  
C1

21. The generation of news about a person, product or service that appears in broadcast or print media of a brand refers to \_\_\_\_\_.

*Penerbitan berita tentang individu, produk atau perkhidmatan yang muncul dalam siaran atau media cetak jenama merujuk kepada \_\_\_\_\_.*

- A. press release  
*Hebahan akhbar*
- B. press conference  
*sidang akhbar*
- C. public relation  
*Perhubungan awam*
- D. publicity  
*Publisiti*

CLO2  
C1

22. The management function which evaluates public attitudes, identifies the policies and procedures of an organization with the public interest and executes a program of action to earn public understanding and acceptance refers to \_\_\_\_\_.

*Pengurusan menilai sikap orang ramai, mengenal pasti dasar dan prosedur organisasi dengan kepentingan awam dan melaksanakan satu program tindakan untuk mendapatkan pemahaman dan penerimaan orang ramai merujuk kepada \_\_\_\_\_.*

- A. Press release  
*Hebahan akhbar*
- B. Press conference  
*Sidang akhbar*
- C. Public relation  
*Perhubungan awam*
- D. Publicity  
*Publisiti*

CLO2  
C3

23. The act of attempting to influence business and government leaders to create legislation or conduct an activity that will help a particular organization refers to \_\_\_\_\_.

*Percubaan untuk mempengaruhi pemimpin perniagaan dan kerajaan untuk mewujudkan undang-undang atau menjalankan aktiviti yang akan membantu sesebuah organisasi merujuk kepada \_\_\_\_\_.*

- A. Lobbying  
*Melobi*
- B. Sponsorship  
*Tajaan*
- C. Campaign  
*Kempen*
- D. Product publicity  
*Publisiti produk*

CLO2  
C3

24. Offering one particular medium an exclusive rights to the story refers to \_\_\_\_\_.

*Menawarkan hak eksklusif kepada satu medium untuk sesuatu cerita merujuk kepada \_\_\_\_\_.*

- A. Press release  
*Hebahan akhbar*
- B. Exclusive  
*Eksklusif*
- C. Public relation  
*Perhubungan awam*
- D. Publicity  
*Publisiti*

CLO2  
C1

25. Personal selling is a process of selling through a person to person communication. Sales people recommending a possible solution to the problem and needs of potential customer refers to sales people performing their role as \_\_\_\_\_.

*Jualan peribadi adalah proses menjual berkomunikasi secara bersemuka. Jurujual yang mencadangkan satu cara penyelesaian kepada masalah dan keperluan pelanggan berpotensi merujuk kepada jurujual melaksanakan peranan sebagai \_\_\_\_\_.*

- A. Surveyor  
*Penyelidik*
- B. Demonstrators  
*Penunjuk demo*
- C. Influencers through proximity  
*Pengaruh melalui pendekatan*
- D. Information provider  
*Pemberi maklumat*

## SECTION B: 75 MARKS

## BAHAGIAN B: 75 MARKAH

## INSTRUCTIONS:

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) State **FIVE (5)** barriers in communication process.

*Nyatakan LIMA (5) halangan dalam proses komunikasi.*

[5 marks]

[5 markah]

CLO1  
C2

b) Describe **FIVE (5)** elements in communication process

*Jelaskan LIMA (5) elemen yang terdapat dalam proses komunikasi.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO1  
C3

c) Explain **FOUR (4)** types of direct marketing media.

*Terangkan EMPAT (4) jenis media dalam pemasaran langsung.*

[10 marks]

[10 markah]

**QUESTION 2**  
**SOALAN 2**CLO2  
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) Describe **FIVE (5)** internet marketing communication objectives.  
*Jelaskan LIMA (5) objektif komunikasi pemasaran internet.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO2  
C3

- (c) Trade oriented sales promotion are used by manufacturer as a push strategy to encourage marketing intermediaries to sell their product. As a marketing manager at Bobo Food manufacturer, explain **FOUR (4)** appropriate trades oriented sales promotion techniques.  
*Promosi berorientasikan dagangan digunakan oleh pengeluar sebagai strategi penolakan untuk menggalakkan orang tengah menjual barangan dagangan mereka. Sebagai pengurus pemasaran di Bobo Food Manufacturer, terangkan EMPAT (4) teknik promosi jualan berorientasikan dagangan yang bersesuaian.*

[10 marks]

[10 markah]



**QUESTION 3**  
**SOALAN 3**CLO2  
C2(a) Describe **FOUR (4)** activities in public relations and publicity.*Jelaskan EMPAT (4) aktiviti di dalam perhubungan awam dan publisiti.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO2  
C3

(b) Personal selling is selling through a person to person communication process.

Discuss **THREE (3)** main roles perform by the sales people to find a new prospect.*Jualan peribadi adalah proses jualan komunikasi secara bersemuka. Bincangkan**TIGA (3) peranan utama jurujual dalam mencari pembeli baru yang berpotensi.*

[15 marks]

[15 markah]

**SOALAN TAMAT**