

SULIT



BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI JUN 2017

DPR6023 : RETAIL PROMOTION

TARIKH : 24 OKTOBER 2017

MASA : 2.30 PETANG - 4.30 PETANG (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **ENAM (6)** halaman bercetak.

Esei (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)** essay questions. Answer **ALL** questions.

ARAHAN:

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

QUESTION 1**SOALAN 1**

- CLO 1
C1 (a) Describe **TWO (2)** roles of retail promotion program.
*Terangkan **DUA (2)** peranan program promosi peruncitan.*
- [5 marks]
[5 markah]
- CLO 1
C2 (b) Describe **FIVE (5)** methods that can be used by retailers in planning a promotion budget.
*Terangkan **LIMA (5)** kaedah yang boleh digunakan oleh peruncit dalam merancang bajet promosi.*
- [10 marks]
[10 markah]
- CLO 1
C3 (c) Interpret **FIVE (5)** factors to be considered before implementing promotional mix.
*Huraikan **LIMA (5)** faktor yang perlu dipertimbangkan sebelum melaksanakan campuran promosi.*
- [10 marks]
[10 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

- CLO 2 (a) Advertising is any paid form of non-personal presentation and promotion of ideas,
C3 goods and services. Newspapers, magazines, direct mail, radio, television, outdoor and yellow pages of the effective media used by the retailers in advertising.

Pengiklanan adalah sebarang pembentangan dan promosi idea, barangan dan perkhidmatan berbayar. Akhbar, majalah, mel terus, radio, televisyen, "outdoor" dan buku panduan telefon adalah media berkesan yang digunakan peruncit dalam pengiklanan.

- i. Define advertising. [2 marks]
Berikan definisi pengiklanan. [2 markah]
- ii. Explain the factors in selecting an advertising media. [8 marks]
Jelaskan faktor-faktor dalam memilih media pengiklanan. [8 markah]

- CLO 2 (b) Most retail advertising messages have short life and are designed for immediate
C4 impact. Retailers get assistance in developing advertising campaigns from vendors through their cooperative programs, advertising agencies and media companies. Discuss the **THREE (3)** sources listed below and support the answers with suitable examples.

*Kebanyakan daripada mesej pengiklanan peruncit mempunyai jangka hayat yang pendek dan direka untuk kesan segera. Peruncit mendapatkan bantuan dalam membangunkan kempen pengiklanan daripada vendor melalui program kerjasama, pengiklanan agensi dan syarikat media. Bincangkan **TIGA (3)** sumber yang dinyatakan dibawah dengan memberi contoh yang sesuai.*

- i. Cooperative programs. [5 marks]
Program-program kerjasama. [5 markah]

- ii. Advertising agencies. [5 marks]
Agensi-agensi pengiklanan. [5 markah]
- iii. Media companies. [5 marks]
Syarikat-syarikat media. [5 markah]

QUESTION 3

SOALAN 3

CLO3

C1

- (a) Publicity is a tool used in public relations that is typically in the form of a new story, which is transmitted through the mass media. There are some publicity tools such as press release, press conference, byline article and speeches.

Publisiti adalah satu alat yang digunakan dalam perhubungan awam yang biasanya dalam bentuk cerita baru, yang disebarakan melalui media massa. Terdapat beberapa alat publisiti seperti siaran akhbar, sidang akhbar, barisan artikel dan ucapan.

- i. Define press release.

Beri definisi terbitan akhbar.

[3 marks]

[3 markah]

- ii. Identify **SIX (6)** advantages of press release.

Kenalpasti ENAM (6) kebaikan terbitan akhbar.

[12 marks]

[12 markah]

CLO3

C3

- (b) Explain **FIVE (5)** objectives of publicity in retail promotion.

Jelaskan LIMA (5) objektif publisiti dalam promosi peruncitan.

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 4

SOALAN 4

- CLO4
C1 (a) Identify **FIVE (5)** roles of sales person in personal selling.
*Kenalpasti **LIMA (5)** peranan jurujual dalam jualan peribadi.*
[5 marks]
[5 markah]
- CLO4
C2 (b) Customers will be more satisfied when they can have a conversations directly with the salesperson. Salesperson plays an importance role in persuading customers to make a purchase, and serves as a critical link between the company and its customer. Explain **FIVE (5)** stages in a personal selling process.
Pelanggan akan lebih berpuas hati apabila mereka boleh berbual secara langsung dengan jurujual. Jurujual memainkan peranan penting dalam memujuk pelanggan membuat belian, dan bertindak sebagai penghubung kritikal antara syarikat dan pelanggannya.
*Jelaskan **LIMA (5)** peringkat dalam proses jualan peribadi.*
[15 marks]
[15 markah]
- CLO4
C3 (c) Differentiate between personal selling programs and publicity programs.
Bezakan di antara program jualan peribadi dan program publisiti.
[5 marks]
[5 markah]

SOALAN TAMAT