



**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 : 2025/2026

DPM30073 : INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION

TARIKH : 08 MEI 2026

MASA : 8.30 PAGI - 10.30 PAGI (2 JAM)

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

Struktur (4 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

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) Identify **SIX (6)** common barriers in the communication process
- Kenal pasti **ENAM (6)** halangan biasa dalam proses komunikasi.*
- [6 marks]
[6 markah]
- CLO1 (b) Explain **THREE (3)** main objectives of sales promotion to consumers.
- Terangkan **TIGA (3)** objektif utama promosi jualan kepada pengguna.*
- [9 marks]
[9 markah]
- CLO1 (c) You are the marketing manager of a newly launched mobile application that helps users discover local events. The company aims to enhance its user base and increase brand awareness. Share **FOUR (4)** types of advertising media that could be used to promote the application. Support each answer with relevant example.
- Anda merupakan pengurus pemasaran bagi sebuah aplikasi mudah alih baharu yang membantu pengguna mencari acara tempatan. Syarikat tersebut bertujuan untuk meningkatkan bilangan pengguna dan mengukuhkan kesedaran jenama. Kongsikan **EMPAT (4)** jenis media pengiklanan yang boleh digunakan untuk mempromosikan aplikasi tersebut. Sokong setiap jawapan dengan satu contoh yang sesuai.*
- [10 marks]
[10 markah]

QUESTION 2
SOALAN 2

You are a Sales Executive at Smart Tech Electronics, a company that sells smart home devices such as smart lights, security cameras, and voice-controlled assistants. The company uses personal selling and public relations to increase brand awareness, build a positive corporate image, and strengthen relationships with customers. However, management has found that some staff do not clearly understand the concepts and roles of these promotional activities.

Based on the statement above:

Anda merupakan seorang Eksekutif Jualan di Smart Tech Electronics, sebuah syarikat yang menjual peranti rumah pintar seperti lampu pintar, kamera keselamatan dan pembantu kawalan suara. Syarikat ini menggunakan jualan peribadi dan perhubungan awam untuk meningkatkan kesedaran jenama, membina imej syarikat dan mengukuhkan hubungan dengan pelanggan. Namun, pihak pengurusan mendapati bahawa sebahagian kakitangan masih kurang memahami konsep dan peranan kedua-dua aktiviti promosi ini.

Berdasarkan pernyataan di atas:

- CLO1 (a) Define personal selling.

Definisikan jualan peribadi.

[5 marks]

[5 markah]

- CLO1 (b) Explain **FIVE (5)** roles of personal selling in helping Smart Tech Electronics achieve its marketing objectives.

*Terangkan **LIMA (5)** peranan jualan peribadi dalam membantu Smart Tech Electronic mencapai objektif pemasarannya.*

[10 marks]

[10 markah]

- CLO1 (c) Apply **FIVE (5)** strategies and activities of Public Relations to build a positive image and attract more customers at Smart Tech Electronics. Provide suitable example for your answers.

*Aplikasikan **LIMA (5)** strategi dan aktiviti Perhubungan Awam untuk membina imej positif dan menarik lebih ramai pelanggan di Smart Tech Electronics. Sertakan contoh yang sesuai bagi jawapan anda.*

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 3

SOALAN 3

- CLO1 (a) Explain **FOUR (4)** types of direct marketing media with suitable example for each type.

*Terangkan **EMPAT (4)** jenis media pemasaran langsung beserta contoh yang sesuai untuk setiap jenis.*

[10 marks]

[10 markah]

- CLO1 (b) EcoGlow, a new skincare company, wants to increase its online customers. The management plans to use digital technologies to improve their marketing. As the digital marketing officer, share **FIVE (5)** implications of the internet and digital technologies for marketing practices and strategies. Support your answer with relevant example.

*EcoGlow, sebuah syarikat penjagaan kulit baharu, ingin meningkatkan pelanggan dalam talian. Pihak pengurusan merancang untuk menggunakan teknologi digital bagi memperbaiki pemasaran mereka. Sebagai pegawai pemasaran digital, kongsikan **LIMA (5)** implikasi penggunaan internet dan teknologi digital terhadap amalan serta strategi pemasaran. Sokong jawapan anda dengan contoh yang sesuai.*

[15 marks]

[15 markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**

- CLO1 (a) List **FIVE (5)** roles of ethics and ethical behavior in social media and digital marketing.

*Senaraikan **LIMA (5)** peranan etika dan tingkah laku beretika dalam media sosial dan pemasaran digital.*

[5 marks]

[5 markah]

- CLO1 (b) You are the Marketing Manager of Alpha Tech Solutions, a company that offers wearable fitness devices. To strengthen its market presence, the company plans to combine digital marketing with other Integrated Marketing Communication (IMC) tools such as advertising, sales promotion, public relations, and personal selling. Management wants to ensure that the marketing team understands how these tools can be implemented.

Explain how digital marketing can be combined with **FIVE (5)** other IMC tools to achieve effective marketing communication in Alpha Tech Solutions.

Anda merupakan Pengurus Pemasaran di Alpha Tech Solutions, sebuah syarikat yang menawarkan peranti kecergasan boleh pakai. Bagi mengukuhkan kedudukan pasaran, syarikat merancang untuk menggabungkan pemasaran digital dengan alat Komunikasi Pemasaran Bersepadu (KPB) lain seperti pengiklanan, promosi jualan, perhubungan awam dan penjualan peribadi.

Pihak pengurusan ingin memastikan pasukan pemasaran memahami cara penggabungan alat-alat ini dapat dilaksanakan dengan berkesan.

*Terangkan bagaimana pemasaran digital boleh digabungkan dengan **LIMA (5)** alat komunikasi pemasaran bersepadu lain untuk mencapai kemunikasi pemasaran yang berkesan di Alpha Tech Solutions.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO1

- (c) FreshFizz, a new beverage company in Malaysia, wants to launch its healthy sparkling drinks. The management needs to decide on the best method to set its promotional budget. As the marketing manager, share your knowledge on **FOUR (4)** top-down approaches that FreshFizz could use to control its promotion budget. Give a suitable example for each approach.

*FreshFizz, sebuah syarikat minuman baharu di Malaysia, ingin melancarkan minuman berkarbonat sihat. Pihak pengurusan perlu menentukan kaedah terbaik untuk menetapkan peruntukan belanjawan promosi mereka. Sebagai pengurus pemasaran, kongsikan pengetahuan anda tentang **EMPAT (4)** pendekatan atas ke bawah yang boleh digunakan oleh FreshFizz untuk mengawal peruntukan belanjawan promosi. Berikan satu contoh yang sesuai bagi setiap pendekatan.*

[10 marks]

[10 markah]

SOALAN TAMAT