KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI

BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI

JABATAN PELANCONGAN DAN HOSPITALITI

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI I : 2026/2027

DTE30103: EVENT MARKETING

TARIKH : 29 OKTOBER 2026
MASA : 2.30 PETANG - 4.30 PETANG (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **EMPAT BELAS (14)** halaman bercetak.

Bahagian A: Objektif (20 soalan)
Bahagian B: Struktur (4 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

TERBUKA

SECTION B: 80 MARKS

BAHAGIAN B: 80 MARKAH

INSTRUCTION:

This section consists of **FOUR (4)** structured questions. Answer **ALL** the questions.

ARAHAN:

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

QUESTION 1

SOALAN 1

CLO1 (a) List **FOUR (4)** levels of product in event marketing mix.

*Senaraikan **EMPAT (4)** tahap produk dalam pemasaran campuran.*

[4 marks]

[*4 markah*]

CLO1 (b) Describe **THREE (3)** evolutions of event marketing with examples.

*Terangkan **TIGA (3)** evolusi pemasaran acara berserta contoh.*

[6 marks]

[*6 markah*]

CLO1 (c) Discuss **FIVE (5)** important elements for place in marketing mix.

*Bincangkan **LIMA (5)** elemen penting untuk tempat dalam pemasaran campuran.*

TERBUKA

[10 marks]

[*10 markah*]

QUESTION 2

SOALAN 2

CLO1 (a) List **FOUR (4)** advantages of advertising agencies in events promotion.

*Senaraikan **EMPAT (4)** kelebihan agensi pengiklanan untuk promosi acara.*

[4 marks]

[*4 markah*]

CLO1 (b) Elaborate **THREE (3)** categories of advertising objective in event marketing.

*Huraikan **TIGA (3)** kategori objektif pengiklanan dalam pemasaran acara.*

[6 marks]

[*6 markah*]

CLO1 (c) Public relations are designed to develop the message and deliver it to as many audiences as possible. Write **TEN (10)** tools of the trade in event public relations.

*Perhubungan awam direka bentuk untuk membangunkan mesej dan menyampaikannya kepada seramai mungkin penonton. Tuliskan **SEPULUH (10)** bahan untuk berhubung dalam acara perhubungan awam.*

TERBUKA

[10 marks]

[*10 markah*]

QUESTION 3

SOALAN 3

CLO1 (a) Identify **FIVE (5)** internal public of public relations.

*Kenal pasti **LIMA (5)** perhubungan awam dalaman.*

[5 marks]

[*5 markah*]

CLO1 (b)

E-Marketing / Digital marketing is one of the best ways to inform and interact with your audience before, during, and after the event.

E-Pemasaran / Pemasaran Digital ialah salah satu cara terbaik untuk memaklumkan dan berinteraksi dengan penonton sebelum, semasa dan selepas acara.

Based on the above statement, outline **FIVE (5)** E-marketing/Digital Marketing strategies for customer engagement in event marketing.

*Berdasarkan pernyataan di atas, gariskan **LIMA (5)** strategi E-Pemasaran / Digital Pemasaran untuk penglibatan pelanggan dalam pemasaran acara.*

[5 marks]

[*5 markah*]

CLO1 (c) Public relations are a vital part of event promotion. Briefly write **FIVE (5)** roles of public relations.

*Perhubungan awam merupakan bahagian penting dalam mempromosikan acara. Tuliskan secara ringkas **LIMA (5)** peranan perhubungan awam.*

TERBUKA

[10 marks]

[*10 markah*]

QUESTION 4

SOALAN 4

CLO1 (a) Pick **FOUR (4)** potential sponsors to support budget in organizing an event.

*Pilih **EMPAT (4)** penaja yang berpotensi untuk menyokong bajet dalam penganjuran sesuatu acara.*

[4 marks]

[*4 markah*]

CLO1 (b) A local tourism company wishes to organize a travel product launch with a budget of RM50,000, but only has internal funds amounting to RM20,000. As an event organizer, provide **FOUR (4)** resources to fund budget in event marketing for the product launching.

*Sebuah syarikat pelancongan tempatan ingin menganjurkan pelancaran produk pelancongan dengan bajet sebanyak RM50,000, namun hanya mempunyai dana dalaman berjumlah RM20,000. Sebagai penganjur acara, sediakan **EMPAT (4)** sumber untuk membiayai bajet pemasaran acara bagi pelancaran produk tersebut.*

[8 marks]

[*8 markah*]

CLO1 (c) An event management agency found that registration for their annual seminar was very low **TWO (2)** weeks before the event date. Write **FOUR (4)** advantages of digital marketing to address this issue and effectively attract last-minute participation.

*Sebuah agensi pengurusan acara mendapati bahawa jumlah pendaftaran bagi seminar tahunan mereka adalah sangat rendah pada tempoh **DUA (2)** minggu sebelum tarikh acara tersebut. Tuliskan **EMPAT (4)** kelebihan pemasaran digital untuk menangani isu ini dan menarik penyertaan saat akhir secara berkesan.*

TERBUKA

[8 marks]

[*8 markah*]

SOALAN TAMAT