

BAB 3 Reka Bentuk dalam Perniagaan

PBD 3.1 Reka Bentuk sebagai Instrumen Pemasaran

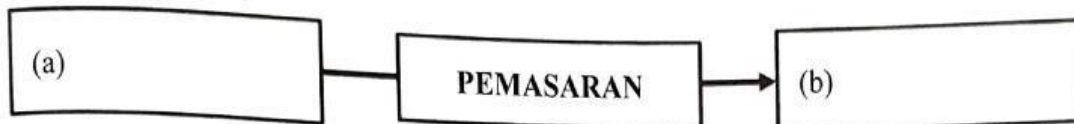
Buku Teks: m.s. 125 – 127



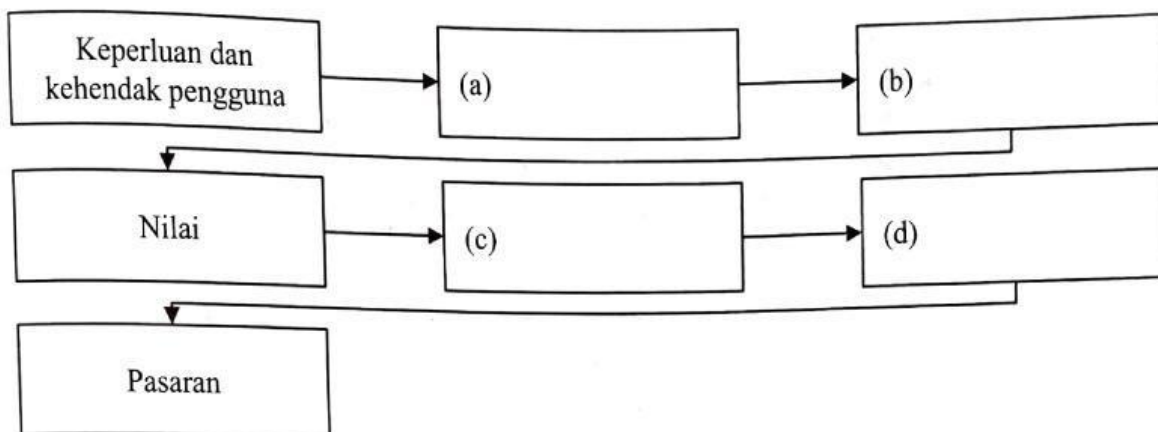
Video

Video

- 1 Pemasaran adalah proses atau aktiviti yang melibatkan dua pihak. Nyatakan. SP3.1.1 TP1



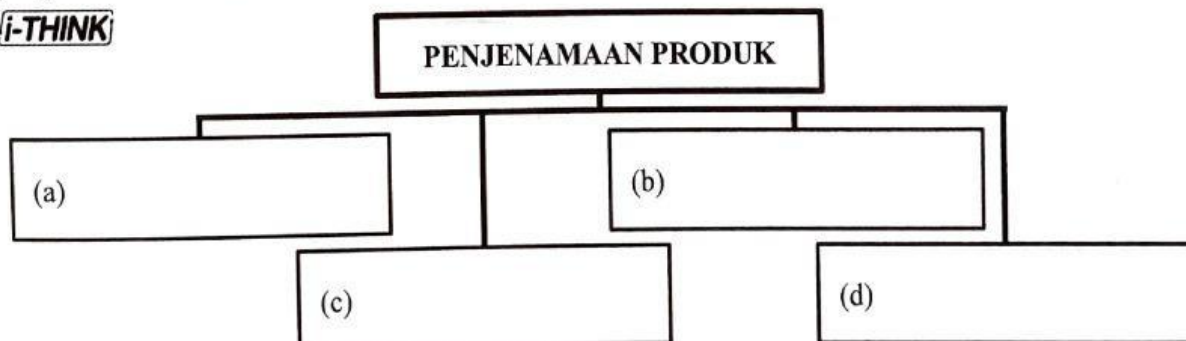
- 2 Isikan ruang kosong dengan jawapan yang betul pada rajah peta alir mengenai bidang pemasaran di bawah ini. SP3.1.1 TP1



- 3 Nyatakan perbezaan antara pengguna akhir dengan pengguna organisasi. SP3.1.1 TP1

Pengguna Akhir	Pengguna Organisasi

- 4 Terdapat beberapa jenis penjenamaan produk. Nyatakan jenis penjenamaan produk tersebut di ruang yang disediakan. SP3.1.2 TP2

i-THINK


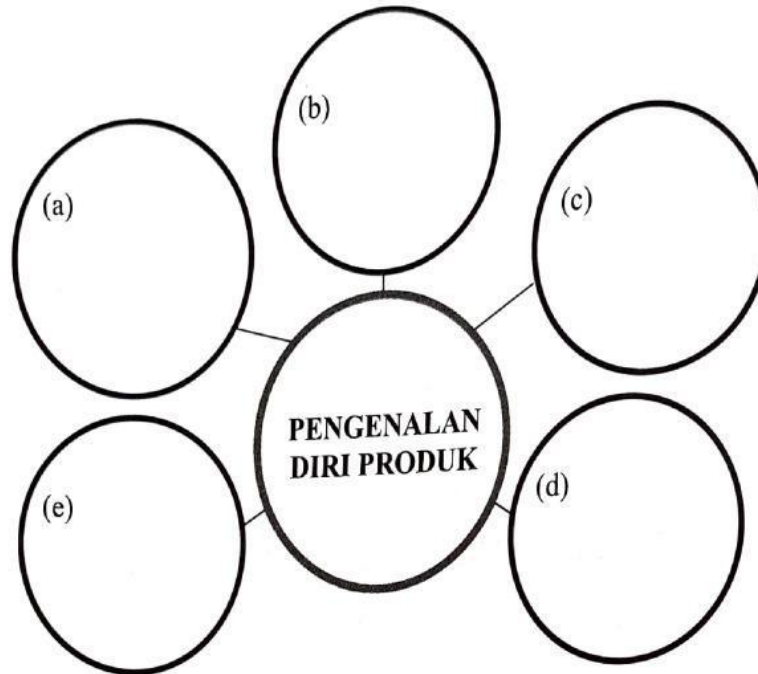
BAB 3 Reka Bentuk dalam Perniagaan

PBD 3.1 Reka Bentuk sebagai Instrumen Pemasaran

Buku Teks: m.s. 128-130

- 1 Pengenalan diri boleh ditonjolkan pada reka bentuk melalui beberapa jenis. Nyatakan. **SP3.1.2 TP2**

I-THINK



- 2 Nyatakan jenis penjenamaan di bawah. **SP3.1.2 TP2**

(a)



(b)



- 3 Nyatakan lima kaedah reka bentuk pengiklanan. **SP3.1.2 TP2**

- i. _____
- ii. _____
- iii. _____
- iv. _____

- v. _____
- vi. _____
- vii. _____

Aktiviti

PAK-21

Senarai Semak

Kumpulkan beberapa iklan bercetak yang boleh didapati daripada majalah, surat khabar atau helaian edaran. Sediakan juga satu jadual senarai semak yang menyenaraikan kaedah-kaedah reka bentuk pengiklanan. Dengan merujuk kepada contoh iklan yang telah dikumpul, tandakan kaedah reka bentuk pengiklanan yang ditunjukkan pada setiap helaian iklan tersebut. Guru akan menyemak dan menilai hasil dapatan senarai semak tersebut.

BAB 3 Reka Bentuk dalam Perniagaan

PBD 3.1 Reka Bentuk sebagai Instrumen Pemasaran

Buku Teks: m.s. 139 – 159

- 1 Nyatakan faktor pemilihan media pengiklanan yang sesuai digunakan oleh pengeluar untuk mengiklankan produk mereka. SP3.1.3 TP1

i-THINK



- 2 Murid dikehendaki mengenal pasti satu produk yang sesuai untuk dipasarkan.

Berdasarkan situasi, pilih satu daripada senarai kaedah reka bentuk yang berikut. Seterusnya berikan penerangan dan justifikasi mengenai kaedah yang dipilih. SP3.1.4 TP3

- Matlamat produk
- Penyampaian fakta
- Perbandingan
- Kiasan atau ibarat
- Kenyataan merangsang
- Gambar pegun
- Demonstrasi

Produk pilihan:

Kaedah	Penerangan	Justifikasi

Aktiviti

PAK 21

Pembentangan Hasil Sendiri

Murid ditugaskan untuk memilih satu produk sedia ada di pasaran. Dengan menggunakan produk itu sebagai contoh, rancangkan suatu reka bentuk pengiklanan yang sesuai. Pilih satu daripada kaedah reka bentuk pengiklanan yang telah dipelajari dan sediakan justifikasi kepada pemilihan produk dan kaedah tersebut. Sediakan bahan pembentangan dalam bentuk yang menarik untuk dibentangkan di hadapan guru dan rakan-rakan. Pembentangan hasil sendiri ini akan dinilai.

BAB 3 Reka Bentuk dalam Perniagaan

PBD 3.1 Reka Bentuk sebagai Instrumen Pemasaran

Buku Teks: m.s. 160-163

1 Murid dikehendaki berbincang dan menganalisis kaedah reka bentuk pengiklanan yang telah dipilih dengan menggunakan jadual analisis di bawah ini.

(a) Tandakan (✓) pada ciri yang dicapai dan (X) pada ciri yang tidak dicapai. SP3.1.5 TP4

KBAT Mengaplikasi

Kelebihan Labana



- ▶ Memberi tenaga tambahan
- ▶ Menguatkan imuniti badan
- ▶ Membantu menambah susu ibu
- ▶ Melegakan gastrik
- ▶ Membantu sistem pencernaan
- ▶ Tidak berbau hamis
- ▶ Sesuai untuk warga emas
- ▶ Khasiat bahan didalamnya mampu mencerdaskan minda anak-anak

Iklan 1

AISKLEEM Oh-nana



RM1.90 /kon
BAHARU CHOCOLATE CHIP COOKIES

RM3.60 /cawan
+RM1.40 CHOCOLATE CHIP COOKIES

DAPATKAN SEKARANG!

Iklan 2

**LEBIH BERSIH...
LEBIH JIMAT...
LEBIH PEKAT...**
"Dengan Formula Anti Grease, cucian lebih bersih"



PROMOSI RM7 NP, RM8

**NAK JIMAT BELI BORONG
CALL / WHATSAPP**

Iklan 3

Ciri-ciri Pengiklanan Reka Bentuk yang Berkesan

Ciri-ciri Pengiklanan yang Berkesan	Iklan 1	Iklan 2	Iklan 3
Kreatif			
Memberikan impak			
Mesej yang jelas			
Maklumat yang tepat			
Mudah diingati			
Unsur unik dan tersendiri			

(b) Buat rumusan hasil daripada analisis di atas. SP3.1.5 TP4 **KBAT** Mencipta

Aktiviti 21 Senarai Semak

Sediakan jadual senarai semak bagi ciri-ciri pengiklanan yang berkesan. Dengan masih merujuk kepada contoh iklan yang telah dikumpulkan untuk aktiviti sebelum ini, lakukan analisis dan tandakan pada item-item yang berkaitan yang terdapat dalam contoh-contoh iklan tersebut. Bincangkan hasil dapatan dengan rakan-rakan dan bentangkan kepada guru untuk dinilai.

BAB 3 Reka Bentuk dalam Perniagaan**PBD 3.1 Reka Bentuk sebagai Instrumen Pemasaran**

Buku Teks: m.s. 164 – 167

- 1 Rajah menunjukkan contoh reka bentuk pengiklanan bagi sebuah produk.



Di ruang yang disediakan di bawah ini, buat rumusan mengenai kaedah reka bentuk pengiklanan yang telah digunakan. Beri penekanan ke atas ciri-ciri yang berikut: **SP3.1.6 TP5 KBAT** Mengaplikasi

- | | |
|----------------------|-------------------------------|
| (a) Kreatif | (d) Maklumat yang tepat |
| (b) Memberikan impak | (e) Mudah diingati |
| (c) Mesej yang jelas | (f) Unsur unik dan tersendiri |

Ruang jawapan: