

SULIT



**BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI**

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI JUN 2016

PP602: INTERNATIONAL MARKETING

TARIKH : 2 NOVEMBER 2016

MASA : 11.15 AM – 1.15 PM (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **LIMA (5)** 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**

- CLO1 (a) Identify **THREE (3)** benefits of international marketing.
C2 *Kenalpasti TIGA (3) kelebihan pemasaran antarabangsa.*
- [9 marks]
[9 markah]
- CLO1 (b) Explain the first **FOUR (4)** stages of international marketing involvement.
C2 *Terangkan EMPAT (4) peringkat awal penglibatan pemasaran antarabangsa.*
- [16 marks]
[16 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

CLO1
C2

(a) Describe the nature of culture below:

Terangkan sifat budaya di bawah:

i. Values and norms

Nilai dan norma

[5 marks]

[5 markah]

i. Belief and religion

Kepercayaan dan agama

[5 marks]

[5 markah]

i. Custom and tradition

Adat dan tradisi

[5 marks]

[5 markah]

CLO1
C4

(b) According to Professor Geert Hofstede culture refers to a software of mind that provides a guide for humans on how to think and behave. Discuss the impact of culture towards international marketing strategy.

Merujuk kepada Profesor Geert Hofstede budaya merupakan perisian minda dan menyediakan panduan kepada manusia untuk berfikir dan berkelakuan. Bincang kesan budaya terhadap strategi pemasaran antarabangsa.

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 3

SOALAN 3

CLO2
C3(a) International marketing strategy is an important component of the overall international marketing mix. Explain **THREE (3)** types of international pricing strategy.*Strategy pemasaran antarabangsa adalah merupakan komponen penting dalam campuran pemasaran antarabangsa. Jelaskan TIGA (3) jenis strategi perletakan harga antarabangsa.*

[9 marks]

[9 markah]

CLO2
C4(b) Price of a product cannot be kept the same in different region of the world. There are many factors affecting international pricing. Discuss **FOUR (4)** factors that affect international pricing.*Harga produk tidak boleh diletakkan sama di rantau dunia yang berbeza. Terdapat banyak faktor mempengaruhi harga antarabangsa. Bincangkan EMPAT (4) faktor yang mempengaruhi harga antarabangsa.*

[16 marks]

[16 markah]

QUESTION 4

SOALAN 4

CLO3
C6

- a) Differentiate between international marketing research and domestic marketing research based on:

Bezakan diantara kajian pemasaran antarabangsa dan kajian pemasaran domestik berdasarkan kepada:

- i. Legal differences.

Perbezaan undang-undang.

[5 marks]

[5 markah]

- ii. Economic differences.

Perbezaan ekonomi.

[5 marks]

[5 markah]

- iii. Social differences.

Perbezaan social.

[5 marks]

[5 markah]

CLO3
C6

- b) There are various stages in an international marketing research process.

Explain **FIVE (5)** stages in international marketing research.

Terdapat beberapa peringkat dalam process kajian pemasaran antarabangsa. Tentukan LIMA (5) peringkat dalam proses kajian pemasaran antarabangsa.

[10 marks]

[10 markah]

SOALAN TAMAT