

SULIT

PP602: INTERNATIONAL MARKETING

ESSAY: 100 MARKS

ESEI: 100 MARKAH

INSTRUCTION:

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

ARAHAN:

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

QUESTION 1

SOALAN 1

- CLO1
C4 (a) Explain briefly the following terms:

Terangkan dengan ringkas istilah berikut:

- i) International marketing
Pemasaran antarabangsa

[3 marks]

[3 markah]

- ii) Domestic marketing
Pemasaran domestik

[3 marks]

[3 markah]

SULIT

POLITEKNIK
Jabatan Pengajian Politeknik

BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENGAJIAN POLITEKNIK
KEMENTERIAN PENGAJIAN TINGGI

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR
SESI DISEMBER 2012

PP602: INTERNATIONAL MARKETING

TARIKH : 24 APRIL 2013
TEMPOH : 2 JAM (2.30 PM - 4.30 PM)

Kertas ini mengandungi **LAPAN (8)** halaman bercetak.
Esei : 4 Soalan
Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

- iii) Global marketing
Pemasaran global

[4 marks]
[4 markah]

CLO1
C4

- (b) “The growth of global business activities increased opportunities offers for international firm. By transferring knowledge around the globe, an international firm can build and strengthen its competitive position”.
Based on the above statement, **THREE (3)** benefits of international marketing.

“Pertumbuhan dalam aktiviti perniagaan global meningkatkan peluang kepada firma antarabangsa. Dengan memindahkan ilmu pengetahuan di seluruh dunia sesebuah firma antarabangsa boleh membina dan mengukuhkan daya saing.

*Berdasarkan pernyataan di atas, kenalpasti **TIGA (3)** faedah menjalankan pemasaran antarabangsa.*

[9 marks]

[9 markah]

CLO1
C4

- (c) Explain the following stages that are involved in the international marketing development.

Terangkan peringkat-peringkat yang terlibat dalam pemasaran antarabangsa seperti di bawah:

- i) No direct foreign marketing
‘No direct foreign marketing’

[3 marks]

[3 marks]

- ii) Regular foreign marketing
‘Regular foreign marketing’

[3 marks]

[3 markah]

ii. Aesthetic

Estetika

[5 marks]

[5 markah]

iii. Value and attitude

Sikap dan nilai

[5 marks]

[5 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

One of the tasks of global marketers is to study and understand the cultures of countries in which they will be doing business. MNC also has no exception in understanding the cultures.

Salah satu daripada tugas pemasar global adalah untuk mempelajari dan memahami budaya pelbagai negara di mana perniagaan dilakukan. Oleh itu, syarikat multinasional tidak terkecuali untuk memahami budaya sesebuah negara.

CLO1
C4

(a) Differentiate between verbal and nonverbal communication.

Bezakan di antara komunikasi lisan dan bukan lisan.

[4 marks]

[4 markah]

CLO1
C4

(b) Distinguish between material and nonmaterial elements of culture.

Bezakan di antara elemen budaya material dan bukan material.

[6 marks]

[6 markah]

CLO1
C4

(c) Based on the cultural elements below, analyze the cultural differences among countries. Give an appropriate example for each.

Berdasarkan kepada elemen budaya di bawah, analisa perbezaan budaya antara negara. Berikan contoh yang sesuai bagi setiap elemen.

i. Religion

Agama

[5 marks]

[5 markah]

QUESTION 4

SOALAN 4

- CLO3
C4 (a) Justify the importance of international marketing research.
- Perjelaskan kepentingan penyelidikan pemasaran antarabangsa.*
- [4 marks]
[4 markah]
- CLO3
C6 (b) The most compelling aspect between domestic and international marketing research is national differences towards social and cultural. Explain social and cultural differences.
- Aspek yang menarik penyelidikan pemasaran di antara pasaran domestik dan antarabangsa adalah perbezaan sosial dan budaya. Jelaskan perbezaan sosial dan budaya.*
- [9 marks]
[9 markah]
- CLO3
C6 (c) Describe **THREE (3)** types of international marketing research.
- Jelaskan TIGA (3) jenis kajian pemasaran antarabangsa.*
- [12 marks]
[12 markah]

SOALAN TAMAT

QUESTION 3

SOALAN 3

- CLO2
C6 (a) Determine **THREE (3)** approaches usually used by the international marketer in developing international pricing strategies.
- Tentukan TIGA (3) pendekatan yang biasanya digunakan oleh pemasar antarabangsa dalam membangunkan strategi harga antarabangsa.*
- [10 marks]
[10 markah]
- CLO2
C6 (b) "International marketing manager has the responsibility of formulating a communication strategy for promoting the company and its product". Discuss **THREE (3)** promotional tools used by the international marketer to market their product internationally.
- "Pengurus pemasaran antarabangsa bertanggungjawab merangka strategi komunikasi untuk mempromosi syarikat dan produknya". Bincangkan TIGA (3) alat promosi yang digunakan oleh pemasar antarabangsa untuk memasarkan produk mereka di peringkat antarabangsa.*
- [15 marks]
[15 markah]