

**SULIT**



**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 I : 2023/2024**

**DPM50133: INTERNATIONAL MARKETING**

**TARIKH : 28 DISEMBER 2023**

**MASA : 8.30 AM – 10.30 AM (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)

**SULIT**

**INSTRUCTION:**

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

**ARAHAN:**

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

**QUESTION 1****SOALAN 1**

- CLO1 (a) Describe **FOUR (4)** importance of international marketing in foreign markets today.  
*Huraikan **EMPAT (4)** kepentingan pemasaran antarabangsa dalam pasaran luar pada hari ini.*
- [10 marks]  
[10 markah]
- CLO1 (b) List **FIVE (5)** external factors that influence firms in the international marketing environment.  
*Senaraikan **LIMA (5)** faktor luaran yang mempengaruhi firma dalam persekitaran pemasaran antarabangsa.*
- [5 marks]  
[5 markah]
- CLO1 (c) Explain **FOUR (4)** types of social and culture of marketing environments that can influence marketing strategies and operating activities in the international marketplace.  
*Terangkan **EMPAT (4)** jenis sosial dan budaya persekitaran pemasaran yang boleh mempengaruhi strategi pemasaran dan aktiviti operasi di pasaran antarabangsa.*
- [10 marks]  
[10 markah]

**QUESTION 2****SOALAN 2**

- CLO1 (a) Describe **FIVE (5)** types of indirect distribution that can be used by a company for their international distribution strategies.
- Terangkan LIMA (5) jenis pengedaran secara tidak langsung yang boleh digunakan oleh sesebuah syarikat untuk strategi pengedaran antarabangsa mereka.*
- [10 marks]  
[10 markah]
- CLO1 (b) A direct distribution channel is managed by a company that sells directly to consumers.
- Elaborate **TWO (2)** types of direct distribution in the international market.
- Saluran pengedaran langsung diuruskan oleh syarikat yang menjual secara terus kepada pengguna.*
- Huraikan DUA (2) jenis pengedaran secara langsung dalam pasaran antarabangsa.*
- [6 marks]  
[6 markah]
- CLO1 (c) Zurina Fried Chicken plan to export their product to the international market. As a marketing manager, provide **THREE (3)** types of strategies of entry modes that can be used by the company to enter the foreign market with suitable example.
- Ayam Goreng Zurina merancang untuk mengeksport produk mereka ke pasaran antarabangsa. Sebagai pengurus pemasaran, sediakan TIGA (3) jenis strategi mod kemasukan yang boleh digunakan oleh syarikat untuk memasuki pasaran luar berserta contoh yang sesuai.*
- [9 marks]  
[9 markah]

**QUESTION 3****SOALAN 3**

- CLO1 (a) Barriers for international product branding are often associated to the company if they enter the new global market. Discuss **TWO (2)** types of international brand's barriers to the company with suitable example.
- Halangan untuk penjenamaan produk antarabangsa sering dikaitkan dengan syarikat jika mereka memasuki pasaran global baharu. Bincangkan **DUA (2)** jenis halangan jenama antarabangsa terhadap syarikat berserta contoh yang sesuai.*
- [10 marks]  
[10 markah]
- CLO1 (b) List **FIVE (5)** sales promotion tools that can be used in the international market.
- Senaraikan **LIMA (5)** alat promosi jualan yang boleh digunakan dalam pasaran antarabangsa.*
- [5 marks]  
[5 markah]
- CLO1 (c) There are many global firms entering the international market nowadays. You as a marketing officer, share the following international marketing communication tools to enter new foreign market with suitable example.
- Terdapat banyak firma global yang memasuki pasaran antarabangsa, masa kini. Sebagai pegawai pemasaran, kongsiikan alat komunikasi pemasaran antarabangsa berikut untuk memasuki pasaran luar baharu dengan contoh yang sesuai.*
- i. Advertising / Pengiklanan
  - ii. Public relation / Perhubungan awam
  - iii. Direct marketing / Pemasaran langsung
  - iv. Personal selling / Jualan persendirian
- [10 marks]  
[10 markah]

## QUESTION 4

## SOALAN 4

- CLO1 (a) State **FIVE (5)** terms of payment in the international marketing.  
*Nyatakan LIMA (5) terma pembayaran dalam pemasaran antarabangsa.*  
 [5 marks]  
 [5 markah]
- CLO1 (b) International pricing refers to the strategic marketing activity determining the monetary exchange value of the product sold across countries. Explain **FIVE (5)** terms of pricing in the international marketing.  
*Penetapan harga antarabangsa merujuk kepada aktiviti pemasaran strategik yang menentukan nilai tukaran wang bagi produk yang dijual merentasi negara. Terangkan LIMA (5) terma syarat penetapan harga dalam pemasaran antarabangsa.*  
 [10 marks]  
 [10 markah]
- CLO1 (c)
- Culture is an important factor in determining consumer behavior. It explains why some products sell well in certain groups. Besides purchasing decisions, culture also affects how consumers use the products they buy and how they dispose of them.

*Budaya merupakan faktor penting dalam menentukan tingkah laku pengguna. Ia menerangkan sebab sesetengah produk terjual dengan baik dalam kumpulan tertentu. Selain keputusan pembelian, budaya juga mempengaruhi cara pengguna menggunakan produk yang mereka dibeli dan cara mereka melupuskannya.*

Figure 1 / Rajah 1

Based on the situation in Figure 1, international marketers must recognize the influence of culture and be prepared to either respond to it or change it. Write **FIVE (5)** importance of understanding the international culture.

*Berdasarkan situasi di Rajah 1, pemasar antarabangsa mesti mengenalpasti pengaruh budaya dan bersedia untuk sama ada bertindak balas atau mengubahnya. Tulis **LIMA (5)** kepentingan memahami budaya antarabangsa.*

[10 marks]

[10 markah]

### SOALAN TAMAT