

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
C4

(a) Differentiate between domestic marketing and international marketing.

Bezakan di antara pemasaran domestic dan pemasaran antarabangsa.

[6 marks]

[6 markah]

CLO1
C4

(b) Briefly explain the benefits of international marketing in term of:

Terangkan secara ringkas faedah pemasaran antarabangsa dari segi:

i) Survival and growth

Kelangsungan dan pertumbuhan

[4 marks]

[4markah]

ii) Employment

Peluang pekerjaan

[4 marks]

[4markah]

SULIT

POLITEKNIK
Jabatan Pengajian Politeknik

BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENGAJIAN POLITEKNIK
KEMENTERIAN PENDIDIKAN MALAYSIA

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI JUN 2013

PP602: INTERNATIONAL MARKETING

TARIKH : 29 OKTOBER 2013

TEMPOH : 2 JAM (8.30 AM - 10.30 AM)

Kertas ini mengandungi **ENAM (6)** halaman bercetak.
Bahagian A: Esei (4 Soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

CLO1
C4

(c) Micro environment factors are the main direct impact on its business operations and the success of the business. Using appropriate examples, explain the micro environment factors below:

Faktor persekitaran mikro adalah faktor yang paling hampir dengan sesebuah perniagaan. Faktor ini memberi impak secara langsung terhadap operasi dan kejayaan sesebuah perniagaan. Dengan menggunakan contoh yang bersesuaian, terangkan tentang faktor persekitaran mikro di bawah:

i. Consumers

Pengguna

[4 marks]

[4markah]

ii. Stakeholder

Pemegang syer

[4 marks]

[4markah]

iii. Suppliers

Pembekal

[4 marks]

*[4markah]*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'

[5 marks]

[5 markah]

ii) Global marketing

Pemasaran Global

[6 marks]

*[6 markah]***QUESTION 2****SOALAN 2**CLO1
C4

(a) Explain culture.

Terangkan budaya.

[3 marks]

*[3 markah]*CLO1
C4

(b) How do the language and education in a country can influence the international marketing strategies? Explain with suitable examples.

Bagaimana bahasa dan pendidikan sesebuah negara boleh mempengaruhi strategi pemasaran antarabangsa. Terangkan dengan menggunakan contoh yang bersesuaian.

[10 marks]

[10 markah]

- ii. Assembly vs Manufacturing
Pemasangan vs pengilangan

[6 marks]

[6 markah]

QUESTION 4

SOALAN 4

CLO 3
C6

- (a) Compare international marketing and domestic marketing research according to:

Bandingkan penyelidikan pemasaran antarabangsa dan pemasaran domestic berdasarkan kepada:

- i. Political and legal differences
Perbezaan politik dan perundangan
- ii. Social and cultural differences
Perbezaan sosial dan budaya

[10 marks]

[10 markah]

CLO 3
C6

- (b) Determine FIVE (5) process of international marketing research.

Tentukan LIMA (5) proses penyelidikan pemasaran antarabangsa.

[15 marks]

[15 markah]

SOALAN TAMAT

QUESTION 3

SOALAN 3

CLO2
C6

- (a) To sell products in a foreign market requires the company to consider whether to sell the identical local products abroad or adapt according to the cultural background, preferences and desire of the foreigners.

Menjual produk di pasaran asing memerlukan syarikat memilih samada untuk menjual produk yang sama di jual di pasaran domestik ke pasaran asing atau menjual produk berdasarkan kepada budaya, citarasa dan kehendak pelanggan tempatan.

- i. Compare between product standardization and product adaptation.
Bandingkan di antara standardisasi produk dan adaptasi produk.

[4 marks]

[4 markah]

CLO2
C6

- ii. Describe THREE (3) factors that encourage product adaptation strategies.
Jelaskan THREE (3) faktor yang menggalakkan strategi adaptasi produk.

[9 marks]

[9 markah]

CLO2
C6

- (b) Explain each of these strategies:

Terangkan setiap strategi di bawah:

- i. Acquisition vs Greenfield
Pemilikan vs permulaan asas

[6 marks]

[6 markah]