

**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 II : 2023/2024**

**DPM50133 : INTERNATIONAL MARKETING**

**TARIKH : 13 JUN 2024**

**MASA : 11.30 PAGI - 1.30 PETANG (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 **FOUR (4)** soalan struktur. Jawab **SEMUA** soalan.*

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

- CLO1 (a) International marketing presents a range of unique challenges and issues the companies must navigate. Describe **FIVE (5)** issues that are affecting international marketing in the competitive global markets.
- Pemasaran antarabangsa membentangkan pelbagai cabaran dan isu yang mesti dilalui oleh syarikat. Huraikan **LIMA (5)** isu yang menjejaskan pemasaran antarabangsa dalam pasaran global yang semakin sengit.*
- [10 marks]  
[10 markah]
- CLO1 (b) State **FIVE (5)** external factors that influence marketing strategy and activities that operate in international marketing.
- Nyatakan **LIMA (5)** faktor luaran yang mempengaruhi strategi pemasaran dan aktiviti yang beroperasi dalam pemasaran antarabangsa.*
- [5 marks]  
[5 markah]
- CLO1 (c) In the realm of international marketing, the external environment can significantly impact a company's success or failure. Discuss **FIVE (5)** external factors in the international marketing environment and provide examples to illustrate your points.
- Dalam bidang pemasaran antarabangsa, persekitaran luaran boleh memberi kesan yang ketara kepada kejayaan atau kegagalan syarikat. Bincangkan **LIMA (5)** faktor luaran dalam persekitaran pemasaran antarabangsa dan berikan contoh untuk menggambarkan hujah anda.*
- [10 marks]  
[10 markah]

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

CLO1

- (a) Indirect exporting involves selling to an intermediary in the country that arranges the export of goods. Selling through indirect exporting mostly does not involve collecting payments from the foreign customers, or coordinating the shipping logistics. Based on that statement, describe **FIVE (5)** indirect export modes involved in the foreign markets.

*Pengeksportan tidak langsung melibatkan penjualan kepada perantara dalam negara yang mengatur eksport barangan. Menjual melalui pengeksportan tidak langsung kebanyakannya tidak melibatkan kutipan bayaran daripada pelanggan asing, atau menyelaraskan logistik penghantaran. Berdasarkan kenyataan tersebut terangkan **LIMA (5)** mod eksport tidak langsung yang terlibat dalam pasaran asing.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO1

- (b) Explain **TWO (2)** types of direct distribution in the international market.

*Terangkan **DUA (2)** jenis pengedaran secara langsung dalam pemasaran antarabangsa.*

[6 marks]

[6 markah]

CLO1

- (c) Selecting the right entry modes to enter foreign market can be very challenging and requires full commitment from marketers. As an export manager in your company, share **THREE (3)** entry modes strategies to penetrate foreign market.

*Memilih mod kemasukan yang betul bagi memasuki pasaran asing boleh menjadi sangat mencabar dan memerlukan komitmen yang penuh daripada pemarkar. Sebagai pengurus eksport di syarikat anda, kongsi **TIGA (3)** strategi mod kemasukan bagi menembusi pasaran asing.*

[9 marks]

[9 markah]

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

CLO1

- (a) In international marketing, numerous barriers exist, some of which can be mitigated while others may prove unavoidable. Elaborate **TWO (2)** barriers in the international marketing.

Dalam pemasaran antarabangsa, banyak halangan wujud, ada beberapa di antaranya dapat dikurangkan sementara yang lain mungkin terbukti tidak dapat dielakkan. Huraikan **DUA (2)** halangan dalam pemasaran antarabangsa

[10 marks]

[10 markah]

CLO1

- (b) In markets characterized by limited consumer accessibility due to media constraints, it may be necessary for firms to allocate a higher percentage of their promotional budget towards sales promotions. Give **FIVE (5)** types of sales promotional tools that firms can use effectively nowadays.

*Dalam pasaran yang dicirikan oleh akses pengguna yang terhad disebabkan oleh kekangan media, firma mungkin perlu memperuntukkan peratusan yang lebih tinggi daripada belanjawan promosi mereka ke arah promosi jualan. Berikan **LIMA (5)** jenis alat promosi jualan yang boleh digunakan oleh firma dengan berkesan pada masa kini.*

[5 marks]

[5 markah]

CLO1

- (c) The concept of international marketing communication suggest the needs for a careful combination of communication tools. Companies should form a coordinated communication mix, considering the differences/similarities of different foreign markets. Share **FIVE (5)** communication tools applied in international marketing including relevant examples for each tool.

*Konsep komunikasi pemasaran antarabangsa mencadangkan keperluan gabungan alat komunikasi yang teliti. Syarikat harus membentuk campuran komunikasi yang diselaraskan, dengan mengambil kira perbezaan/persamaan*

*pasaran asing yang berbeza. KongsiKAN **LIMA (5)** alat komunikasi yang digunakan dalam pemasaran antarabangsa termasuk contoh untuk setiap alat.*

[10 marks]

[10 markah]

#### QUESTION 4

#### SOALAN 4

- CLO1 (a) Describe **TWO (2)** pricing terms that are used in international marketing  
*Huraikan **DUA (2)** terma harga yang digunakan di pemasaran antarabangsa*
- [5 marks]  
[5 markah]
- CLO1 (b) The sale of goods in other countries are further complicated by the additional risks encountered such as the difficulties of collecting delinquent accounts, thus require a different emphasis on the payment systems. Discuss **FIVE (5)** terms of payment involved in the international market.  
*Penjualan barangan di negara lain dirumitkan lagi dengan risiko tambahan yang dihadapi seperti kesukaran memungut akaun tertunggak, justeru memerlukan penekanan yang berbeza terhadap sistem pembayaran. Bincangkan **LIMA (5)** syarat atau terma pembayaran yang terlibat dalam pasaran antarabangsa.*
- [10 marks]  
[10 markah]
- CLO1 (c) Culture consists of behaviors, values, rituals, symbols, beliefs and thought processes that are learnt, shared, and disseminated by a group of people. Share **FIVE (5)** components of culture along with examples that will help a marketer to notice the culture differences in the new markets and predict changes in the current markets of operation related to their businesses.  
*Budaya terdiri daripada tingkah laku, nilai, ritual, simbol, kepercayaan dan proses pemikiran yang dipelajari, dikongsi dan disebarikan oleh sekumpulan*

*manusia. Kongsikan LIMA (5) komponen budaya beserta contoh yang akan membantu pemasar melihat perbezaan budaya dalam pasaran baharu dan meramalkan perubahan dalam pasaran operasi semasa yang berkaitan dengan perniagaan mereka.*

[10 marks]

[10 markah]

### SOALAN TAMAT