

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 : 2025/2026

DPM50143 : INTERNATIONAL MARKETING

TARIKH : 24 NOVEMBER 2025

MASA : 8.30 PAGI - 10.30 PAGI (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **LIMA (5)** 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 berstruktur. Jawab **SEMUA** soalan.*

QUESTION 1**SOALAN 1**

- CLO1 (a) List **FIVE (5)** criteria for choosing the mode of entry into international market.
Senaraikan **LIMA (5)** kriteria untuk memilih kaedah kemasukan ke pasaran antarabangsa.
[5 marks]
[5 markah]
- CLO1 (b) Explain **TWO (2)** different strategies of entry modes a company can choose when entering an international market.
*Terangkan **DUA (2)** strategi mod kemasukan yang berbeza yang boleh dipilih oleh sesebuah syarikat apabila memasuki pasaran antarabangsa.*
[10 marks]
[10 markah]
- CLO1 (c) Write **TWO (2)** suitable international marketing communication tools for a new consumer electronics brand that is entering a culturally diverse Southeast Asian country and targeting young adults.
*Tuliskan **DUA (2)** alat komunikasi pemasaran antarabangsa yang sesuai untuk jenama elektronik pengguna baharu memasuki negara Asia Tenggara yang pelbagai budaya dan menyasarkan golongan muda.*
[10 marks]
[10 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

CLO1

- (a) Describe **THREE (3)** importances of offering a product that is suitable for the international market.

*Huraikan **TIGA (3)** kepentingan menawarkan produk yang sesuai untuk pasaran antarabangsa.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO1

- (b) Explain the following **THREE (3)** strategic options against product piracy in the international market:

- i. Lobbying activities
- ii. Legal action
- iii. Customs

*Terangkan **TIGA (3)** pilihan strategik berikut untuk menangani cetak rompak produk dalam pasaran antarabangsa:*

- i. *Aktiviti melobi*
- ii. *Tindakan undang-undang*
- iii. *Kastam.*

[6 marks]

[6 markah]

CLO1

- (c) A small Malaysian apparel company wants to develop a new line of sustainable fashion for the European market. Share **THREE (3)** initial steps they should take in developing these new products, considering the international context.

*Sebuah syarikat pakaian kecil dari Malaysia ingin membangunkan barisan fesyen lestari baharu untuk pasaran Eropah. Kongsikan **TIGA (3)** langkah awal yang patut mereka ambil dalam membangunkan produk baharu ini, dengan mengambil kira konteks antarabangsa.*

[9 marks]

[9 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**

- CLO1 (a) Identify **TWO (2)** types of international distribution strategies.
Kenalpasti DUA (2) jenis strategi pengedaran antarabangsa.
- [5 marks]
[5 markah]
- CLO1 (b) Explain **FOUR (4)** international documents for effective logistics management.
Jelaskan EMPAT (4) dokumen antarabangsa untuk pengurusan logistik yang berkesan.
- [10 marks]
[10 markah]
- CLO1 (c) A Malaysian manufacturing company plans to expand its business by exporting goods to Europe. The management is considering two incoterms options: FOB (Free On Board) and CIF (Cost, Insurance, Freight). Write the implications and responsibilities for both the buyer and seller of this incoterms.
Sebuah syarikat pengeluaran Malaysia merancang untuk mengembangkan perniagaannya dengan mengeksport barangan ke Eropah. Pihak pengurusan sedang mempertimbangkan dua pilihan incoterms: FOB (Free On Board) dan CIF (Cost, Insurance, Freight). Tuliskan implikasi dan tanggungjawab untuk pembeli dan penjual bagi kedua-dua incoterms ini.
- [10 marks]
[10 markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**

- CLO1 (a) List **FIVE (5)** international pricing objectives for a company operating in the global market.
Senaraikan LIMA (5) objektif penetapan harga antarabangsa bagi sesebuah syarikat yang beroperasi di pasaran global.
- [5 marks]
[5 markah]
- CLO1 (b) Explain the difference between Skimming Pricing and Penetration Pricing strategies in the context of international market entry.
Terangkan perbezaan antara strategi Penetapan Harga Skimming dan Penetapan Harga Penembusan dalam konteks kemasukan pasaran antarabangsa.
- [10 marks]
[10 markah]
- CLO1 (c) A Malaysian furniture exporter is experiencing significant challenges with price escalation in the European market. Write **TWO (2)** impacts of distinct price escalation factors on their profitability.
Seorang pengeksport perabot Malaysia sedang mengalami cabaran yang signifikan dengan peningkatan harga di pasaran Eropah. Tuliskan DUA (2) impak terhadap faktor peningkatan harga yang berbeza ke atas keuntungan syarikat mereka.
- [10 marks]
[10 markah]

SOALAN TAMAT