

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Pertama  
Sidang 1989/90

Oktober/November, 1989

AMU 403 - Pemasaran Antarabangsa

Masa : [3 jam]

-----  
**ARAHAN**

Sila pastikan bahawa kertas peperiksaan ini mengandungi **DUA** muka surat yang bercetak sebelum memulakan peperiksaan ini.

Jawap **EMPAT** soalan: Soalan 1 adalah **WAJIB**. Pilih dan jawab **TIGA** soalan lain.

1. Kebelakangan ini para pengeksport, seringkali diperingatkan supaya jangan terlalu bergantung kepada nilai Ringgit yang rendah untuk bersaing di pasaran antarabangsa.
  - (a) Bincangkan perkaitan nilai Ringgit dengan kegiatan pemasaran antarabangsa.
  - (b) Apakah masalah yang dihadapi oleh para pengeksport Malaysia di dalam usaha mereka bersaing di dalam pamasan antarabangsa?
  - (c) Beri cadangan anda bagaimanakah para pengeksport Malaysia boleh mempertingkatkan daya bersaing di dalam pasaran antarabangsa.
  - (d) Apakah kemudahan yang ditawarkan oleh kerajaan untuk membantu para pengeksport?

[40 markah]

2. Bincangkan siratan kesatuan ekonomi serantau (umpamanya Kesatuan Ekonomi Eropah) ke atas pemasaran antarabangsa.

[20 markah]

...2/-

3. Pemasaran antarabangsa dewasa ini bukan sahaja dikendalikan oleh organisasi dari negara pengeluar dengan organisasi dari negara pengguna. Organisasi dari negara ketiga juga turut terlibat di dalam melicinkan pertukaran produk/perkhidmatan diperingkat antarabangsa. Huraikan faktor-faktor yang menyokong dan memperkukuhkan kedudukan organisasi dari negara ketiga di dalam pemasaran antarabangsa. Apakah mungkin urusan secara terus (tanpa melalui organisasi dari negara ketiga) dilaksanakan? Bagaimana?

[20 markah]

4. Aliran pemikiran "behavioural" dan ahli ekonomi bercanggah pendapat tentang faktor-faktor yang mendorong sesuatu organisasi memasuki pasaran antarabangsa. Huraikan.

[20 markah]

5. T. Levitt di dalam rencananya yang bertajuk, "The Globalization of Markets", berpendapat bahawa teknologi telah menyatu dan mensekukan pasaran dunia. Justru itu organisasi harus bertindak dengan menghasilkan produk yang sejagat dan menggunakan teknik pemasaran yang serupa di mana-mana sahaja. Bincangkan.

[20 markah]

6. Bincangkan dengan ringkas:

- (a) Kaedah-kaedah memasuki pasaran antarabangsa.
- (b) Perbezaan di antara pemasaran antarabangsa dengan pemasaran tempatan.
- (c) Siratan angkubah kebudayaan ke atas pemasaran antarabangsa.

[20 markah]

--oooo000oooo--