

trielle est offerte dans les écoles professionnelles et techniques publiques. Le gouvernement exige que les compagnies étrangères déploient tous leurs efforts pour former les bumiputras de sorte que la structure de l'emploi reflète à tous les niveaux la composition multiraciale du pays.

L'Ordonnance sur l'emploi, adoptée en 1955, qui traite de questions de main-d'oeuvre, comme les conditions d'emploi, fait partie de la Loi sur l'emploi de 1968. On estime que 25 % de la main-d'oeuvre est syndiquée. La Loi sur les relations industrielles adoptée en 1967 prévoit la réglementation des relations entre les employeurs, les employés et leurs syndicats.

Les étrangers qui ont l'intention de travailler en Malaysia doivent obtenir un permis de travail. Le gouvernement a mis sur pied un Programme de "malaysianisation" visant à remplacer les étrangers par des Malaysiens. Les permis de travail sont délivrés lorsqu'aucun Malaysien ne possède les qualifications et l'expérience requises pour remplir le poste. De plus, sauf dans certains cas, les étrangers devront peut-être consentir à la "malaysianisation" des postes occupés par des expatriés.

Publicité et recherche

Les media de publicité utilisés en Malaysia sont les mêmes qu'au Canada. Les journaux sont très bien distribués et sont imprimés en anglais, en malais, en chinois et en tamil. La radio et la télévision d'État prévoient également du temps de publicité dans toutes les principales langues. Le type de promotion dépendra évidemment du produit et du marché visés. On utilise aussi couramment les circulaires, les panneaux d'affichage et le cinéma publicitaire. Il existe en Malaysia quelques bonnes agences de publicité et de relations publiques qu'il est sage de consulter avant d'entreprendre une campagne publicitaire d'envergure.

En Malaysia, on a de plus en plus recours à l'analyse de marché et on obtient de très bons résultats. Bien que les résultats des représentants locaux soient souvent satisfaisants, au cours des dernières années plusieurs maisons se sont affirmées et ont acquis une compétence acceptable en matière d'analyse professionnelle de marché.