

**POST GRADUATE DIPLOMA IN
INTERNATIONAL BUSINESS
OPERATIONS/MASTER OF
COMMERCE**

09126

Term-End Examination

December, 2013

**IBO-02 : INTERNATIONAL MARKETING
MANAGEMENT**

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

Weightage : 70%

Note : Attempt Both Part-A and Part-B.

PART-A

1. Write short notes on **any two** of the following : 5+5
 - (a) Functions and importance of packaging in international marketing.
 - (b) Pricing issues in counter trade
 - (c) Piggybacking
 - (d) Designing a questionnaire
2. Distinguish between **any two** of the following : 5+5
 - (a) Merger and Acquisition
 - (b) Ethnocentric orientation and polycentric orientation
 - (c) Random sampling and systematic sampling
 - (d) Skimming pricing and penetration pricing

PART-B

- Attempt **any four** of the following questions :
3. What are the different strategic alternatives for entering a foreign market available to an international marketer ? Explain, and state the relative advantages and disadvantages of each of these entry modes. 10+10

4. What are the factors that need to be considered before taking a decision whether to go in for direct exports or indirect exports? Also state the advantages and disadvantages of direct and indirect exports. **10+10**
5. Explain the concepts of consumer promotion, trade promotion and business promotion. Also discuss the main tools used for consumer promotion. **6+14**
6. What do you mean by International market segment? Discuss the various criteria used for segmenting overseas markets. **20**
7. "Selection of target markets is the first stage in international marketing". In the light of this statement explain the critical factors that influence international market selection. **20**
8. (a) Explain the difference between international marketing and domestic marketing.
(b) State the reasons for a business firm to go international. **10+10**
9. (a) What does branding mean? Explain the basic decisions involved in branding.
(b) State the prospects for promoting Indian brands abroad. **10+10**
-

अंतर्राष्ट्रीय व्यवसाय प्रचालन में स्नातकोत्तर
डिप्लोमा / वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि
सत्रांत परीक्षा
दिसम्बर, 2013

आई.बी.ओ.-02 : अंतर्राष्ट्रीय विपणन प्रबंधन

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

कुल का : 70%

नोट : खण्ड-अ तथा खण्ड-ब दोनों कीजिए।

खंड-अ

1. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियां 5+5 लिखिए :
 - (a) अंतर्राष्ट्रीय विपणन में पैकेजिंग के कार्य तथा महत्त्व
 - (b) प्रतिव्यवसाय (counter trade) में मूल्य निर्धारण के मुद्दे।
 - (c) पिग्गीबैकिंग (Piggy backing)
 - (d) प्रश्नावली डिजाइन करना
2. निम्नलिखित में से किन्हीं दो में अंतर बताइए : 5+5
 - (a) विलयन तथा अधिगृहण
 - (b) संजातिकेंद्रित अभिविन्यास (Ethnocentric orientation) तथा बहुकेंद्रित अभिविन्यास (polycentric orientation)।
 - (c) यादृच्छिक प्रतिचयन (random sampling) तथा व्यवस्थित प्रतिचयन (systematic sampling)।
 - (d) बाजार मंथन मूल्य निर्धारण (Skimming pricing) तथा पैठ मूल्य निर्धारण (penetration pricing)।

खण्ड-ब

निम्नलिखित में से किन्हीं चार प्रश्नों के उत्तर लिखिए।

3. एक अंतर्राष्ट्रीय विपणनकर्ता के लिए किसी विदेशी बाजार में प्रवेश करने के क्या विभिन्न महत्वपूर्ण विकल्प हैं? व्याख्या कीजिए, तथा इन प्रविष्टि विधियों के लाभ एवं हानियों का उल्लेख कीजिए। 10+10
4. यह निर्णय करने के लिए कि निर्यात प्रत्यक्ष रूप में या अप्रत्यक्ष रूप में किया जाए आप किन कारकों पर विचार करेंगे? साथ ही प्रत्यक्ष तथा अप्रत्यक्ष निर्यात के लाभ व हानियों का भी उल्लेख कीजिए। 10+10
5. उपभोक्ता संवर्धन, व्यापार संवर्धन तथा व्यवसाय संवर्धन संकल्पनाओं की व्याख्या कीजिए। उपभोक्ता संवर्धन के लिए उपयोग की जाने वाली विभिन्न विधियों का भी उल्लेख कीजिए। 6+14
6. अंतर्राष्ट्रीय बाजार खण्ड से आप का क्या तात्पर्य है? विदेशी बाजारों के खंडीकरण के लिए आप किन विभिन्न मानदंडों का उपयोग करेंगे? व्याख्या कीजिए। 20
7. “लक्ष्य बाजारों का चयन अंतर्राष्ट्रीय विपणन का पहला चरण है।” इस कथन के प्रकाश में उन महत्वपूर्ण कारकों की व्याख्या कीजिए जो अंतर्राष्ट्रीय बाजार के चयन को प्रभावित करते हैं। 20
8. (a) अंतर्राष्ट्रीय विपणन तथा घरेलू विपणन के अंतर की व्याख्या कीजिए।
(b) एक व्यावसायिक फर्म के अंतर्राष्ट्रीय विपणन में प्रवेश के कारणों का उल्लेख कीजिए। 10+10

9. (a) ब्रांड निर्धारण से क्या तात्पर्य है? ब्रांड निर्धारण में निहित आधारभूत निर्णयों की व्याख्या कीजिए।
- (b) भारतीय ब्रांडों की विदेश में प्रवर्तन की सम्भावनाओं का उल्लेख कीजिए।

10+10
