

No. of Printed Pages : 8

IBO-02

**POST GRADUATE DIPLOMA IN
INTERNATIONAL BUSINESS
OPERATIONS/MASTER OF
COMMERCE (PGDIBO/M. COM.)**

**Term-End Examination
December, 2021**

**IBO-02 : INTERNATIONAL MARKETING
MANAGEMENT**

Time : 3 Hours

Maximum Marks : 100

Note : Attempt both Part A and Part B. Attempt any **one** question from Part A.

Part—A

1. Write short notes on any **two** of the following :

10+10

- (a) International product life cycle
- (b) Piggy backings

- (c) Social, ethical and environmental issues in international marketing
- (d) Essentials of effective segmentation of international markets

2. Differentiate between any **two** of the following :

10+10

- (a) Multinational marketing and Global marketing
- (b) High-Tech positioning and High-Touch positioning
- (c) International warranty and guarantee
- (d) International marketing information system and International marketing research

Part—B

Note : Attempt any **four** of the following questions.

3. “EPRG framework identifies four types of orientation towards internationalisation of

P. T. O.

[3]

IBO-02

- business operations.” Discuss how this EPRG orientation leads to different marketing strategies of a firm. 20
4. An Indian car manufacturing company is planning to enter African markets in collaboration with a local company there. Discuss any *two* modes of international market entry suitable in this context and comment on their relative merits and demerits. 20
5. Differentiate between product standardisation and adaptation in international marketing. Evaluate the various factors of standardisation and adaptation and suggest the conditions under which each of them is/are applicable. 6+14
6. Explain the key decisions in international marketing communications. 20
7. “International marketing research is full of complexities.” Discuss. 20

P. T. O.

[4]

IBO-02

8. Discuss the importance of services in world trade. Critically evaluate the opportunities for India in international marketing of services. 10+10
9. (a) “Publicity always creates positive influence on sales.” Comment. 10
- (b) What is the main objective of adopting transfer pricing ? Describe the alternative methods of transfer pricing. 4+6

IBO-02

अंतर्राष्ट्रीय व्यवसाय प्रचालन में स्नातकोत्तर
डिप्लोमा/वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि
(पी. जी. डी. आई. बी. ओ./एम. कॉम.)

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर. 2021

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

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

नोट : भाग 'अ' तथा भाग 'ब' दोनों कीजिए।
भाग 'अ' में से किसी एक प्रश्न का उत्तर
लिखिए।

भाग-अ

- निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 10+10
(क) अन्तर्राष्ट्रीय उत्पाद जीवन चक्र
(ख) पिग्गी बैंकिंग

- (ग) अन्तर्राष्ट्रीय विपणन में सामाजिक, नैतिक तथा पर्यावरणीय मह
(घ) अन्तर्राष्ट्रीय बाजारों के प्रभावी विभक्तिकरण की आवश्यकताएँ
- निम्नलिखित में से किन्हीं दो में अन्तर बताइए : 10+10
(क) बहुराष्ट्रीय विपणन और वैश्विक विपणन
(ख) उच्च-तकनीक स्थापन तथा उच्च-स्पर्श स्थापन
(ग) अन्तर्राष्ट्रीय वारंटी तथा गारंटी
(घ) अन्तर्राष्ट्रीय विपणन सचना तंत्र और अन्तर्राष्ट्रीय विपणन शोध

भाग-ब

नोट : निम्नलिखित में से किन्हीं चार प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

- “व्यवसाय क्रियाकलापों के अन्तर्राष्ट्रीयकरण के सम्बन्ध में ई. पी. आर. जी. ढाँचा चार प्रकार का अनकलन चिन्हित करता है।” व्याख्या कीजिए कि ई. पी. आर. जी. ढाँचा किसी फर्म की विभिन्न विपणन रणनीतियों को किस प्रकार निर्धारित करता है। 20

4. एक भारतीय कार निर्माता कम्पनी अफ्रीकी बाजार में वहाँ की एक स्थानीय कम्पनी के सहकार्य में प्रवेश करने की योजना बनाती है। ऐसी दो अंतर्राष्ट्रीय बाजार प्रवेश की विधियों की व्याख्या कीजिए जो इस सन्दर्भ में उपयुक्त हों। उनके परस्पर लाभ तथा हानियों पर भी टिप्पणी कीजिए। 20
5. उत्पाद मानकीकरण तथा अंतर्राष्ट्रीय विपणन में अनकलन में अन्तर स्पष्ट कीजिए। मानकीकरण तथा अनकलन के विभिन्न कारकों का मल्यांकन कीजिए। उन परिस्थितियों के बारे में सझाव दीजिए जिनके अन्तर्गत उनमें से प्रत्येक लागू किया जा सकता है। 6+14
6. अंतर्राष्ट्रीय विपणन सचना प्रणाली के संबंध में मुख्य निर्णयों को स्पष्ट कीजिए। 20
7. “अंतर्राष्ट्रीय विपणन शोध में अनेक उलझने हैं।” व्याख्या कीजिए। 20

8. विश्व व्यापार में सेवाओं के महत्व पर प्रकाश डालिए। सेवाओं के अन्तर्राष्ट्रीय विपणन में भारत के अवसरों का बारीकी से मल्यांकन कीजिए। 10+10
9. (क) “प्रचार का बिक्री पर सदैव सकारात्मक प्रभाव होता है।” टिप्पणी कीजिए। 10
- (ख) हस्तांतरण मूल्य निर्धारण के क्या प्रमुख उद्देश्य हैं ? हस्तांतरण मूल्य निर्धारण विधि की वैकल्पिक विधियों का वर्णन कीजिए। 4+6