

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

**00196**

**Term-End Examination**

**June, 2017**

**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) Piggy banking
  - (b) Sales promotion tools
  - (c) Types of counter-trade
  - (d) Role of tabulation in conducting market research studies
  
2. Distinguish between **any two** of the following : **5+5**
  - (a) Licensing and Franchising
  - (b) Primary data and secondary data
  - (c) Family brand and individual brand
  - (d) Multinational marketing and global marketing

## PART - B

Answer **any four** of the following questions :

3. (a) Discuss the reasons for a business firm to go international. 10+10  
(b) "EPRG framework identifies four types of orientation towards internationalization of business operation." Discuss how these orientation lead to different marketing strategies of a firm ?
  
4. Discuss briefly the sequence of control process used to control overseas marketing operations. 20
  
5. (a) Describe the phases of the international product life cycle. 10+10  
(b) Explain the steps involved in Export Pricing Procedure.
  
6. (a) Describe the functions and importance of packaging. 10+10  
(b) What are the special considerations in packaging and labelling in international marketing ? Explain.
  
7. (a) Discuss the role of advertising in the international marketing process. 10+10  
(b) Examine the factors influencing the decision for having a standardized vis-a-vis localised advertising process across countries.

8. "An Indian firm intending to export agricultural tractors desires to undertake analysis of global markets for its product, so that it can select the most promising market". What are the factors on which it should collect data and information to short list the priority markets ? 20
9. What are the components of International Marketing Environment ? Explain them in brief with examples. 20
-

अंतर्राष्ट्रीय व्यवसाय प्रचालन में स्नातकोत्तर  
डिप्लोमा / वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि  
सत्रांत परीक्षा  
जून, 2017

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

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

कुल का : 70%

नोट : खण्ड-अ तथा खण्ड-ब दोनों के उत्तर लिखिए।

खण्ड - अ

1. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 5+5
  - (a) पिग्गी बैंकिंग (Piggy banking)
  - (b) विक्रय प्रवर्तन उपकरण
  - (c) प्रतिव्यवसाय (counter-trade) के प्रकार
  - (d) विपणन शोध प्रक्रिया में तालिकाकरण की भूमिका
  
2. निम्नलिखित में से किन्हीं दो में अंतर बताइए : 5+5
  - (a) लाइसेंस देना तथा मताधिकार
  - (b) प्राथमिक डेटा तथा द्वितीयक डेटा
  - (c) पारिवारिक ब्रांड तथा व्यक्तिगत ब्रांड
  - (d) बहुराष्ट्रीय विपणन तथा वैश्विक विपणन

खण्ड - ब

निम्नलिखित में से किन्हीं चार प्रश्नों के उत्तर लिखिए :

3. (a) एक व्यावसायिक फर्म के अंतर्राष्ट्रीय होने के कारणों का विवेचन कीजिए। 10+10
- (b) "ई.पी.आर.जी. ढांचा व्यावसायिक क्रियान्वन के अंतर्राष्ट्रीयकरण के लिए चार प्रकार के अभिविन्यास (orientation) इंगित करता है।" विवेचन कीजिए कि ये अभिविन्यास एक फर्म की विभिन्न विपणन रणनीतियों का अग्रलेखन किस प्रकार करता है?
4. विदेश में विपणन संक्रियाओं को नियंत्रित करने की प्रक्रिया के क्रम का संक्षिप्त विवरण दीजिए। 20
5. (a) अंतर्राष्ट्रीय उत्पाद जीवन चक्र के विभिन्न चरणों का वर्णन कीजिए। 10+10
- (b) निर्यात विपणन में प्रयुक्त मूल्य निर्धारण विधि में प्रयुक्त विभिन्न कदमों की व्याख्या कीजिए।
6. (a) पैकेजिंग के कार्य एवं महत्त्व का वर्णन कीजिए। 10+10
- (b) अंतर्राष्ट्रीय विपणन में पैकेजिंग व लेबलिंग से संबंधित विशेष बातें क्या हैं? वर्णन कीजिए।
7. (a) अंतर्राष्ट्रीय विपणन प्रक्रिया में विज्ञापन की भूमिका का विवेचन कीजिए। 10+10
- (b) विभिन्न देशों के लिए मानकीकृत (standardized) बनाम स्थानीयकृत (localised) विज्ञापन प्रक्रिया संबंधी निर्णय को प्रभावित करने वाले कारकों का परीक्षण कीजिए।

8. एक भारतीय फ़र्म जो कृषि ट्रैक्टरों का निर्यात करने की इच्छुक है, अपने उत्पाद के लिए वैश्विक बाजारों का विश्लेषण करना चाहती है ताकि वह अतीव महत्त्वपूर्ण बाजार का चयन कर सके। अग्रता (priority) बाजारों की सूची तैयार करने से संबंधित वे कौन से कारक (factors) हैं जिनसे संबंधित आवश्यक आँकड़ें व जानकारी जुटाई जाए? 20
9. अंतर्राष्ट्रीय विपणन वातावरण के क्या घटक (components) हैं? उनकी उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए। 20
-