POST GRADUATE DIPLOMA IN INTERNATIONAL BUSINESS OPERATIONS/MASTER OF COMMERCE

Term-End Examination

February, 2021

IBO-02 : INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT

Time : 3 hours *Maximum Marks : 100*

(Weightage : 70%)

Note : *Attempt both parts A and B.*

PART A

1. Write short notes on any ***two*** of the following : *5+5*

(a) Components of International Business Environment

(b) International Market Targeting Strategies

(c) Transfer Pricing

(d) International Promotion Mix

2. Distinguish between any ***two*** of the following : *5+5*

(a) International marketing and Multinational marketing

(b) Product standardization and Product adaptation in international marketing

(c) Domestic agents and Domestic merchants

(d) Telemarketing and E-business

PART B

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

3. Explain the EPRG orientation in international marketing. Discuss the characteristics of the firm to suit adoption of each of these orientation situations. *8+12*

4. An Indian company decided to enter international markets. It proposes to produce the product in the foreign country and market it there. But the company is not interested in establishing its own manufacturing facilities in the foreign country. Suggest the foreign market entry modes suitable in this regard and explain them. *20*

5. Evaluate the advantages and disadvantages of various international branding strategies. *20*

6. "International sales promotion includes consumer promotion aimed at consumers, trade promotion aimed at distributors and salesforce promotion aimed at the company's own salesforce." In the light of this statement, discuss various international sales promotion tools. *20*

7. What is primary data in international marketing research ? Discuss various methods of collecting primary data. *4+16*

8. (a) Discuss the impact of developments in Information Technology (IT) on international marketing.

(b) Briefly explain different approaches to budgeting for international advertising. *10+10*

9. (a) Why is international marketing of services more challenging than products ? Discuss these challenges.

(b) Discuss marketing mix of services used in international marketing of services. *10+10*

अंतर्राष्ट्रीय व्यवसाय प्रचालन में स्नातकोत्तर डिप्लोमा/वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

फरवरी, 2021

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

समय : 3 घण्टे *अधिकतम अंक : 100*

(कुल का : 70%)

नोट : *खण्ड अ तथा ब दोनों कीजिए ।*

खण्ड अ

1. निम्नलिखित में से किन्हीं ***दो*** पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : *5+5*

(क) अंतर्राष्ट्रीय व्यवसाय परिवेश के विभिन्न घटक

(ख) अंतर्राष्ट्रीय बाज़ार प्रवेश की विभिन्न रणनीतियाँ

(ग) हस्तांतरण मूल्य-निर्धारण

(घ) अंतर्राष्ट्रीय संवर्धन मिश्रण

2. निम्नलिखित में से किन्हीं ***दो*** में अंतर बताइए : *5+5*

(क) अंतर्राष्ट्रीय विपणन और बहुराष्ट्रीय विपणन

(ख) अंतर्राष्ट्रीय विपणन में उत्पाद मानकीकरण और उत्पाद अनुकूलन

(ग) घरेलू प्रतिनिधि और घरेलू व्यापारी

(घ) टेलीमार्केटिंग और ई-व्यापार

खण्ड ब

*निम्नलिखित में से किन्हीं **चार** प्रश्नों के उत्तर दीजिए :*

3. अंतर्राष्ट्रीय विपणन में ई.पी.आर.जी. स्थिति-निर्धारण की व्याख्या कीजिए । उस संस्था (फर्म) की विशेषताएँ स्पष्ट कीजिए जिसके लिए इनमें से प्रत्येक स्थिति-निर्धारण परिस्थिति उपयुक्त हो । *8+12*

4. एक भारतीय कंपनी अंतर्राष्ट्रीय बाज़ार में प्रवेश करने का निर्णय करती है । यह कंपनी विदेश में किसी उत्पाद का उत्पादन कर वहीं उसका विपणन करना चाहती है । परन्तु यह कंपनी उस देश में अपनी स्वयं की उत्पादन सुविधाएँ स्थापित नहीं करना चाहती । इस स्थिति में उपयुक्त विदेशी बाज़ार प्रवेश विधियाँ सुझाइए तथा उनकी व्याख्या कीजिए । *20*

5. विभिन्न अंतर्राष्ट्रीय ब्रांडिंग रणनीतियों के लाभ और हानियों का मूल्यांकन कीजिए । *20*

6. "अंतर्राष्ट्रीय विक्रय प्रोत्साहन (संवर्धन) में उपभोक्ताओं पर आधारित उपभोक्ता प्रोत्साहन, वितरकों पर आधारित व्यापार प्रोत्साहन और कंपनी के स्वयं के विक्रेता-बल पर आधारित विक्रेता-बल प्रोत्साहन सम्मिलित हैं ।" इस कथन के संदर्भ में विभिन्न अंतर्राष्ट्रीय विक्रय प्रोत्साहन उपकरणों की चर्चा कीजिए । *20*

7. अंतर्राष्ट्रीय विपणन अनुसंधान में प्राथमिक डेटा क्या है ? प्राथमिक डेटा एकत्र करने की विभिन्न विधियों की चर्चा कीजिए । *4+16*

8. (क) सूचना प्रौद्योगिकी के विकास के अंतर्राष्ट्रीय विपणन पर प्रभाव की चर्चा कीजिए ।

(ख) अंतर्राष्ट्रीय विज्ञापन के बज़ट-निर्माण के लिए विभिन्न दृष्टिकोणों (उपागमों) की संक्षेप में व्याख्या कीजिए । *10+10*

9. (क) उत्पादों की अपेक्षा सेवाओं का अंतर्राष्ट्रीय विपणन क्यों अधिक चुनौतीपूर्ण है ? इन चुनौतियों की चर्चा कीजिए ।

(ख) सेवाओं के अंतर्राष्ट्रीय विपणन में प्रयुक्त सेवाओं के विपणन मिश्रण की चर्चा कीजिए । *10+10*