

No. of Printed Pages : 8

IBO-02

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

Term-End Examination

June, 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) Guidelines for a good international marketing research report
 - (b) Impact of developments in information technology on international marketing

P. T. O.

- (c) International promotion mix
 - (d) Counter trade
2. Differentiate between any **two** of the following :
10+10
 - (a) International marketing and multinational marketing
 - (b) Differentiated and undifferentiated market targeting
 - (c) Product standardization and product adaptation
 - (d) Probability sampling and non-probability sampling

Part—B

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

3. You are the marketing manager in a car manufacturing company. Write a note to the CEO of your company explaining the need for the company to enter international markets at present. 20

[3]

IBO-02

4. Explain the various steps involved in the international market selection. 20
5. Explain the important methods of pricing in international marketing with suitable examples. 20
6. Distinguish between direct and indirect channels of distribution in international marketing. Would you suggest direct channels or indirect channels for international marketing of (a) medicines and (b) cars ? Give reasons for your suggestion. 6+7+7
7. "Compared with products, international marketing of services possess distinctive challenges." Comment. 20
8. An Indian computer hardware company decided to enter international markets with full-pledged investment in production and marketing.
 - (a) Discuss various modes of market entry available for the company in this regard. 10
 - (b) Critically evaluate in which situation each of them is suitable. 10

P. T. O.

[4]

IBO-02

9. Discuss various sales promotion tools in international marketing to enthruse consumers, middlemen and the company's own salesforce to buy/promote the product. 20

[5]

IBO-02

IBO-02

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

सत्रांत परीक्षा

जून, 2021

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

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

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

खण्ड-अ

1. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ
लिखिए : 10+10
(क) अच्छी अंतर्राष्ट्रीय विपणन शोध रिपोर्ट के लिए
दिशानिर्देश

P. T. O.

[6]

IBO-02

- (ख) अंतर्राष्ट्रीय विपणन पर सूचना तकनीक विकास
का प्रभाव
 - (ग) अंतर्राष्ट्रीय संवर्धन मिश्रण
 - (घ) विपरीत व्यापार
2. निम्नलिखित में से किन्हीं दो में अन्तर बताइए : 10+10
(क) अंतर्राष्ट्रीय विपणन और बहुराष्ट्रीय विपणन
(ख) विभेदी और समरूप अंतर्राष्ट्रीय बाजार लक्ष्य
निर्धारण
(ग) उत्पाद मानक निर्धारण और उत्पाद अनुकूलन
(घ) प्रायिकता प्रतिचयन विधि और अप्रायिकता
प्रतिचयन विधि

खण्ड-ब

- नोट :** निम्नलिखित में से किन्हीं चार प्रश्नों के उत्तर
दीजिए।
3. आप किसी कार उत्पादन कम्पनी में विपणन मैनेजर हैं।
आप अपनी कम्पनी के मुख्य कार्यकारी अधिकारी को

[7]

IBO-02

- एक पत्र लिखकर यह स्पष्ट कीजिए कि इस समय कम्पनी को अन्तर्राष्ट्रीय बाजार में प्रवेश करने की आवश्यकता है। 20
4. अन्तर्राष्ट्रीय बाजार चयन के लिए आवश्यक पदों को स्पष्ट कीजिए। 20
5. अन्तर्राष्ट्रीय विपणन में मूल्य निर्धारण की प्रमुख विधियों को उदाहरण सहित स्पष्ट कीजिए। 20
6. अन्तर्राष्ट्रीय विपणन में प्रत्यक्ष तथा अप्रत्यक्ष प्रणालियों के मध्य अन्तर स्पष्ट कीजिए। (क) औषधियों और (ख) कार के अन्तर्राष्ट्रीय विपणन के लिए आप प्रत्यक्ष प्रणाली को अधिक उपयुक्त मानते हैं या अप्रत्यक्ष प्रणाली को, अपने उत्तर को कारण सहित स्पष्ट कीजिए। 6+7+7
7. “उत्पादों की अपेक्षा सेवाओं के अन्तर्राष्ट्रीय विपणन में अधिक चुनौतियाँ हैं।” प्रकाश डालिए। 20

P. T. O.

[8]

IBO-02

8. एक भारतीय कम्प्यूटर हार्डवेयर कम्पनी ने अन्तर्राष्ट्रीय बाजार में प्रवेश करने के लिए पूरी तैयारी के साथ उत्पादन और विपणन का निश्चय किया।
- (क) इस कम्पनी के लिए बाजार में प्रवेश करने के विभिन्न तरीकों की व्याख्या कीजिए। 10
- (ख) इन परिस्थितियों में इनमें से प्रत्येक विधि की उपयुक्तता का मूल्यांकन कीजिए। 10
9. अन्तर्राष्ट्रीय विपणन में उपभोक्ताओं, मध्यस्थों और कम्पनी की अपनी विपणक-टीम को प्रोत्साहित करने के लिए बिक्री के विभिन्न प्रोत्साहन उपकरणों की व्याख्या कीजिए। 20

IBO-02

7,520