

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

**Term-End Examination**

**June, 2022**

**IBO-02 : INTERNATIONAL  
MARKETING MANAGEMENT**

*Time : 3 hours*

*Maximum Marks : 100*

*(Weightage : 70%)*

---

**Note :** *Attempt both parts A and B as per instructions.*

---

---

**PART A**

1. Write short notes on any **two** of the following : 5+5
- (a) Stratified Sampling
  - (b) Marginal Cost Pricing
  - (c) Contract Manufacturing
  - (d) Reasons for business firm to go international

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

- (a) Multinational marketing and Global marketing
- (b) Manufacturers' brands and Distributors' brands
- (c) Demographic segmentation and Geographic segmentation
- (d) Selling and Marketing

## PART B

Attempt any **four** questions from this part :

3. “Companies which have stake in long-term business have no alternative, but to constantly undertake development of the product.”
- (a) Give reasons to justify the above statement. 10
  - (b) Briefly describe the processes involved in new product development. 10
4. “It is estimated that about 20 – 30 percent of the world trade takes place in the form of counter trade and is likely to increase in the future.”
- (a) What are the reasons for use of counter trade in recent years ? 10
  - (b) Discuss the main types of counter trade. 10
5. (a) Describe briefly the main channels of distribution used in export markets. 10
- (b) Which one channel of distribution would you recommend for the product of a small manufacturer and why ? 10
6. “Packaging is an important element in the formulation of the marketing plan for a product.”
- (a) Discuss the protectional and promotional aspects of packaging for international markets. 10
  - (b) What are the problems faced by Indian exporters in this connection ? 10

7. “Information Technology has been revolutionising marketing operations.”
- (a) Explain the significance of integrating Information and Communication Technology (ICT) with marketing processes. 10
  - (b) Discuss how mergers and acquisitions affect global competition. 10
8. “Effective communication is crucial to a firm’s success in international markets.”
- (a) Discuss the promotional tools used by firms for international marketing communication. 10
  - (b) Examine the factors influencing the decisions for having a standardized vis-a-vis customized advertisement with suitable examples. 10
9. A Jaipur-based firm is engaged in importing rough stones from Africa and polishing and selling as precious stones in the international market. The firm has recently started polishing Tanzanite stones imported from Tanzania. As head of the firm’s International Market Development Division, prepare a research plan detailing out the requirement for secondary information and possible sources of collecting information. 20
-

अंतर्राष्ट्रीय व्यवसाय प्रचालन में स्नातकोत्तर  
डिप्लोमा/वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

जून, 2022

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

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

(कुल का : 70%)

नोट : खण्ड अ तथा खण्ड ब दोनों निर्देशानुसार कीजिए ।

खण्ड अ

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

5+5

(क) स्तरित प्रतिचयन

(ख) सीमांत लागत मूल्य-निर्धारण

(ग) ठेके पर निर्माण

(घ) व्यावसायिक फर्म के अंतर्राष्ट्रीय बाज़ार में प्रवेश के  
कारण

2. निम्नलिखित में से किन्हीं दो में अंतर स्पष्ट कीजिए : 5+5

(क) बहुराष्ट्रीय विपणन और वैश्विक विपणन

(ख) उत्पादक ब्राण्ड और वितरक ब्राण्ड

(ग) जनसांख्यिकीय विभक्तीकरण (खण्डीकरण) और भौगोलिक विभक्तीकरण (खण्डीकरण)

(घ) विक्रय और विपणन

## खण्ड ब

इस खण्ड में से किन्हीं चार प्रश्नों के उत्तर दीजिए :

3. “जो कम्पनियाँ व्यवसाय में दीर्घकालीन उन्नति करना चाहती हैं उनके पास और कोई विकल्प नहीं है सिवाय इसके कि वह निरंतर उत्पाद विकास पर ध्यान दें।”
- (क) उपर्युक्त कथन की पुष्टि करने के लिए कारण दीजिए । 10
- (ख) नए उत्पाद विकास में शामिल प्रक्रियाओं का संक्षेप में वर्णन कीजिए । 10
4. “ऐसा अनुमानित है कि 20 – 30 प्रतिशत विश्व व्यापार प्रति-व्यवसाय के रूप में होता है और भविष्य में यह और बढ़ेगा।”
- (क) हाल ही के वर्षों में प्रति-व्यवसाय के उपयोग के क्या कारण हैं ? 10
- (ख) प्रति-व्यवसाय के मुख्य प्रकारों की चर्चा कीजिए । 10
5. (क) निर्यात बाजारों में उपयोग की जाने वाली मुख्य वितरण प्रणालियों का संक्षेप में वर्णन कीजिए । 10
- (ख) लघु उत्पादक के उत्पाद के लिए आप किस वितरण प्रणाली की अनुशंसा करेंगे और क्यों ? 10
6. “किसी उत्पाद की विपणन योजना बनाने में पैकेजिंग एक महत्वपूर्ण तत्त्व है।”
- (क) अंतर्राष्ट्रीय बाजारों में पैकेजिंग की सुरक्षात्मक एवं संवर्धनात्मक स्वरूपों की चर्चा कीजिए । 10
- (ख) इस संबंध में भारतीय निर्यातकों को किन समस्याओं का सामना करना पड़ता है ? 10

7. “सूचना प्रौद्योगिकी विपणन क्रियाओं में क्रांति ला रही है।”
- (क) विपणन प्रक्रियाओं के साथ सूचना और संचार प्रौद्योगिकी (ICT) को एकीकृत करने के महत्त्व की व्याख्या कीजिए। 10
- (ख) विलय और अधिग्रहण किस प्रकार वैश्विक प्रतिस्पर्धा को प्रभावित करते हैं? चर्चा कीजिए। 10
8. “अंतर्राष्ट्रीय बाजारों में फर्म की सफलता के लिए प्रभावी संप्रेषण महत्त्वपूर्ण है।”
- (क) अंतर्राष्ट्रीय विपणन संप्रेषण में फर्मों द्वारा संवर्धन के लिए उपयोग किए जाने वाले साधनों की चर्चा कीजिए। 10
- (ख) उपयुक्त उदाहरणों के साथ अनुकूलित विज्ञापन की तुलना में मानकीकृत विज्ञापन होने के लिए निर्णय को प्रभावित करने वाले कारकों की जाँच कीजिए। 10
9. जयपुर की एक फर्म अफ्रीका से कच्चे पत्थरों का आयात करने और अंतर्राष्ट्रीय बाजार में कीमती पत्थरों के रूप में पॉलिश करने और बेचने में लगी हुई है। फर्म ने हाल ही में तंज़ानिया से आयातित तंज़ानाइट पत्थरों को पॉलिश करना शुरू किया है। फर्म इंटरनेशनल मार्केट डेवलपमेंट डिवीजन के प्रमुख के रूप में, द्वितीयक जानकारी और जानकारी एकत्र करने के संभावित स्रोतों की आवश्यकता का विवरण देते हुए एक शोध योजना तैयार कीजिए। 20