

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

Term-End Examination

June, 2011

**IBO-02 : INTERNATIONAL MARKETING
MANAGEMENT**

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

Note : Attempt both Part-A and Part-B.

PART - A

1. Write short notes on *any two* of the following : 5+5
 - (a) EPRG Orientation in international marketing
 - (b) Product life cycle
 - (c) Essential requirements of international market segmentation
 - (d) International Promotion mix

2. Distinguish between *any two* of the following : 5+5
 - (a) International marketing and multinational marketing.
 - (b) Joint venture and strategic alliance modes of international market entry.
 - (c) Family brands and individual brands.
 - (d) Adaptation and standardization of international advertising.

PART - B

Attempt *any four* of the following questions :

3. Explain the process of international marketing research. 20
4. Briefly discuss various barriers to international marketing of services. Explain how can those barriers be overcome with the implementation of GATS. 10+10
5. Explain the Key decisions in international marketing communication. 20
6. (a) State Various steps involved in international sales force management. 10+10
(b) Evaluate the comparative effectiveness of various Promotional tools used in international marketing communication.
7. What are the risks involved in the new product development ? Explain the process of the new product development in international marketing. 5+15
8. Discuss various political, social and cultural conditions that influence the foreign market selections. 20
9. Why do firms go international ? Explain with the help of examples from Indian Context. 20

अंतर्राष्ट्रीय व्यवसाय प्रचालन में स्नातकोत्तर
डिप्लोमा / वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

जून, 2011

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

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

टिप : खण्ड अ तथा खण्ड ब दोनों का उत्तर दीजिए।

खण्ड - अ

निम्नलिखित में से **किन्हीं दो** पर संक्षिप्त टिप्पणियां लिखिए : 5+5

- अंतर्राष्ट्रीय विपणन में ई.पी.आर.जी. अभिविन्यास (EPRG Orientation)
- उत्पाद जीवन चक्र
- अंतर्राष्ट्रीय बाजार खण्डीकरण की तात्त्विक आवश्यकताएं
- अंतर्राष्ट्रीय संवर्धन मिश्र

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

- अंतर्राष्ट्रीय विपणन तथा बहुराष्ट्रीय विपणन
- अंतर्राष्ट्रीय बाजार प्रविष्टि की संयुक्त उपक्रम तथा सामरिक सहबंध विधियां
- पारिवारिक ब्रांड तथा व्यक्तिगत ब्रांड
- अंतर्राष्ट्रीय विज्ञापन का अनुकूलन तथा मानकीकरण

खण्ड - ब

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

3. अंतर्राष्ट्रीय विपणन अनुसंधान की प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए।
4. सेवाओं के अंतर्राष्ट्रीय विपणन की विभिन्न बाधाओं की संक्षेप में व्याख्या कीजिए। यह भी बताइए कि इन बाधाओं को सेवाओं के व्यापार के सामान्य समझौतों (GATS) को लागू कर के कैसे दूर किया जा सकता है? 10+
5. अंतर्राष्ट्रीय विपणन संप्रेषण में मुख्य निर्णयों की व्याख्या कीजिए।
6. (a) अंतर्राष्ट्रीय विक्रय कर्मचारी-बल प्रबंधन में निहित विभिन्न सोपानों का उल्लेख कीजिए। 10+
(b) अंतर्राष्ट्रीय विपणन संप्रेषण में उपयोग किए जाने वाले विभिन्न संवर्धन साधनों की तुलनात्माक प्रभावकारिता का मूल्यांकन कीजिए।
7. नये उत्पाद विकास में कौन-कौन से जोखिम निहित हैं? अंतर्राष्ट्रीय 5+ विपणन में नये उत्पाद विकास की प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए।
8. उन विभिन्न राजनैतिक, सामाजिक तथा सांस्कृतिक अवस्थाओं का विवेचन कीजिए जिन से कि विदेशी बाजार का चयन प्रभावित होता है।
9. फर्मों (firms) क्यों अंतर्राष्ट्रीय बनना चाहती हैं? भारतीय फर्मों के संदर्भ में इस विषय की व्याख्या कीजिए।