

Roll No. ....

**77881**

**M. Com. 4th Semester (CBCS Scheme)**

**Examination – May, 2024**

**INTERNATIONAL MARKETING**

**Paper : 17MCO24DC2**

**Time : Three Hours ]**

**[ Maximum Marks : 80**

*Before answering the questions, candidates should ensure that they have been supplied the correct and complete question paper. No complaint in this regard, will be entertained after examination.*

*प्रश्नों के उत्तर देने से पहले परीक्षार्थी यह सुनिश्चित कर लें कि उनको पूर्ण एवं सही प्रश्न-पत्र मिला है। परीक्षा के उपरान्त इस संबंध में कोई भी शिकायत नहीं सुनी जायेगी।*

**Note :** The question paper is divided into *two* Sections. Section 'A' comprises 8 short answer type questions (carrying two marks each) which are *compulsory* and should not exceed 50 words normally. Section 'B' comprises 8 questions (2 from each unit) the students shall be required to attempt *four* selecting one question from each Unit. All questions carry equal marks.

यह प्रश्न-पत्र 2 खण्डों में विभाजित है। खण्ड 'अ' में आठ लघु उत्तरीय (प्रत्येक 2 अंक) जोकि अनिवार्य है। तथा प्रश्नों के उत्तर 50 शब्दों से अधिक नहीं देना है। खण्ड 'ब' में आठ प्रश्न (प्रत्येक इकाई में 2 प्रश्न) है। विद्यार्थी प्रत्येक इकाई से एक प्रश्न का चयन करते हुए, चार प्रश्न करें। सभी प्रश्नों के अंक समान है।

## SECTION – A

### खण्ड – अ

1. Explain briefly :

2 × 8 = 16

संक्षेप में बताएँ :

~~(a)~~ Difference between a Global company and a Multinational company.

एक वैश्विक कंपनी और एक बहुराष्ट्रीय कंपनी के बीच अंतर।

~~(b)~~ Turnkey projects

टर्नकी परियोजनाएँ

~~(c)~~ Dumping

डंपिंग

~~(d)~~ Product Adaptation

उत्पाद अनुकूलन

~~(e)~~ Disadvantages of Multi-branding

मल्टी-ब्रांडिंग के दोष

~~(f)~~ Skimming pricing

स्किमिंग मूल्य निर्धारण

~~(g)~~ EPRG

ईपीआरजी

~~(h)~~ Countertrade

काउंटरट्रेड

## SECTION – B

खण्ड – ब

UNIT – I

इकाई – I

2. What is the international market environment ?  
Explain any *four* components of the international market environment. 16

अंतर्राष्ट्रीय बाजार का माहौल क्या है ? अंतर्राष्ट्रीय बाजार परिवेश के किन्हीं चार घटकों की व्याख्या करें।

3. What are the basic economic reasons which might influence a firm's decision or motivate a firm to plunge into international marketing ? 16

वे कौन से बुनियादी आर्थिक कारण हैं जो किसी फर्म के निर्णय को प्रभावित कर सकते हैं या किसी फर्म को अंतर्राष्ट्रीय विपणन में उतरने के लिए प्रेरित कर सकते हैं ?

UNIT – II

इकाई – II

4. Discuss how advances in information technology has impacted the international market ? 16

चर्चा करें कि सूचना प्रौद्योगिकी में प्रगति ने अंतर्राष्ट्रीय बाजार को किस प्रकार प्रभावित किया है ?

5. Write a short note on : 16  
संक्षिप्त टिप्पणी लिखें :

(a) Emerging issues and developments in international marketing

अंतर्राष्ट्रीय विपणन में उभरते मुद्दे और विकास

(b) International market planning  
अंतर्राष्ट्रीय बाजार योजना

UNIT - III

इकाई - III

6. Describe the process of developing a new product for the international markets. 16  
अंतर्राष्ट्रीय बाजारों के लिए नए उत्पाद विकसित करने की प्रक्रिया का वर्णन करें।
7. Explain all the approaches to international pricing. 16  
अंतर्राष्ट्रीय मूल्य निर्धारण के सभी दृष्टिकोणों की व्याख्या करें।

UNIT - IV

इकाई - IV

8. Explain the role of promotion in international marketing. 16  
अंतर्राष्ट्रीय विपणन में प्रचार की भूमिका स्पष्ट करें।
9. As today's organizations are facing international competition, advertisement plays a more important role. Do you agree ? Explain the rationale behind international advertising. 16  
चूँकि आज के संगठन अंतर्राष्ट्रीय प्रतिस्पर्धा का सामना कर रहे हैं, विज्ञापन अधिक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। क्या आप सहमत हैं ? अंतर्राष्ट्रीय विज्ञापन के पीछे तर्क स्पष्ट करें।