

MS-504/MM-2209

International Marketing

(अन्तर्राष्ट्रीय विपणन)

Master of Business Administration/P. G. Diploma
in Marketing Management (MBA-
10/12/13/16/17/PGDMM-10/16/17/MBAH-11)

Fourth/Second Semester, Examination, 2018

Time : 3 Hours

Max. Marks : 80

Note : This paper is of **eighty (80)** marks containing **three (03)** Sections A, B and C. Learners are required to attempt the questions contained in these Sections according to the detailed instructions given therein.

नोट : यह प्रश्न पत्र अस्सी (80) अंकों का है जो तीन (03) खण्डों 'क', 'ख' तथा 'ग' में विभाजित है। शिक्षार्थियों को इन खण्डों में दिए गए विस्तृत निर्देशों के अनुसार ही प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

Section-A / खण्ड-क

(Long Answer Type Questions) / (दीर्घ उत्तरीय प्रश्न)

Note : Section 'A' contains four (04) long answer type questions of nineteen (19) marks each. Learners are required to answer *two* (02) questions only.

नोट : खण्ड 'क' में चार (04) दीर्घ उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं।
प्रत्येक प्रश्न के लिए उन्नीस (19) अंक निर्धारित हैं।
शिक्षार्थियों को इनमें से केवल दो (02) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. 'Operating in international markets is much more complex than marketing domestically.' Critically evaluate the statement with suitable examples.

‘अन्तर्राष्ट्रीय बाजार में काम करना घरेलू स्तर पर विपणन की तुलना में अधिक जटिल है।’ उचित उदाहरणों के साथ इस कथन का समीक्षात्मक रूप से मूल्यांकन कीजिए।

2. 'Effective international marketing research is crucial to present marketing failures.' Justify the statement with suitable examples.

‘विपणन असफलताओं को रोकने के लिए प्रभावी अन्तर्राष्ट्रीय विपणन अनुसंधान महत्वपूर्ण होता है।’ उपयुक्त उदाहरणों के साथ इस कथन को न्यायसंगत सिद्ध कीजिए।

3. Describe various types of transit risks involved in International Trade.

अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार में शामिल विभिन्न प्रकार के पारगमन जोखिमों का वर्णन कीजिए।

4. Explain the concept of international logistics and its significance in international marketing.

अन्तर्राष्ट्रीय संभार तंत्र की अवधारणा और अन्तर्राष्ट्रीय विपणन में इसके महत्व की व्याख्या कीजिए।

Section-B / खण्ड-ख

(Short Answer Type Questions) / (लघु उत्तरीय प्रश्न)

Note : Section 'B' contains eight (08) short answer type questions of eight (08) marks each. Learners are required to answer *four* (04) questions only.

नोट : खण्ड 'ख' में आठ (08) लघु उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए आठ (08) अंक निर्धारित हैं। शिक्षार्थियों को इनमें से केवल चार (04) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. Why is it necessary for an international marketing manager to understand various legislations under WTO ?

विश्व व्यापार संगठन के अन्तर्गत विभिन्न कानूनों की समझ अन्तर्राष्ट्रीय विपणन प्रबंधक के लिए क्यों आवश्यक है ?

2. Explain the conceptual framework of various types of regional trade agreements.

विभिन्न प्रकार के क्षेत्रीय व्यापार समझौतों के वैचारिक ढाँचे को समझाइए।

3. Explain the significance of product decisions in international markets.

अन्तर्राष्ट्रीय बाजारों में उत्पाद निर्णयों के महत्व की व्याख्या कीजिए।

4. Critically evaluate the factors influencing international pricing decisions.

अन्तर्राष्ट्रीय मूल्य निर्धारण निर्णयों को प्रभावित करने वाले कारकों का समीक्षात्मक मूल्यांकन कीजिए।

5. Give a brief account of the international legal environment of business.

व्यापार के अन्तर्राष्ट्रीय कानूनी परिवेश का संक्षिप्त विवरण दीजिए।

6. What are the advantages and disadvantages of International Joint Ventures ?

अन्तर्राष्ट्रीय संयुक्त उद्यम के लाभ तथा हानि क्या हैं ?

7. Write a note on international divisions structure.

अन्तर्राष्ट्रीय विभाजन संरचना पर एक टिप्पणी लिखिए।

8. What are the importance problems in international promotion ?

अन्तर्राष्ट्रीय प्रचार में महत्वपूर्ण समस्याएँ क्या हैं ?

Section-C / खण्ड-ग

(Objective Type Questions) / (वस्तुनिष्ठ प्रश्न)

Note : Section 'C' contains ten (10) objective type questions of one (01) mark each. All the questions of this Section are compulsory.

नोट : खण्ड 'ग' में दस (10) वस्तुनिष्ठ प्रश्न दिये गये हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए एक (01) अंक निर्धारित है। इस खण्ड के सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।

Answer the following as True or False :

आगे दिए गए प्रश्नों के उत्तर सत्य या असत्य के रूप में दीजिए :

1. A geocentric orientation identifies similarities between various markets and formulates a uniform marketing strategy. (True/False)
 एक भूकेन्द्रीय उन्मुखीकरण अभिविन्यास विभिन्न बाजारों के बीच समानता की पहचान करता है और एकसमान विपणन रणनीति तैयार करता है। (सत्य/असत्य)
2. Culture does mean collective programming of the mind which distinguishes the members of one group or category from those of another. (True/False)
 संस्कृति का अर्थ मस्तिष्क की सामूहिक कार्यरचना से है जो एक समूह या श्रेणी के सदस्यों को दूसरे की तुलना में पृथक करती है। (सत्य/असत्य)
3. Tariff surcharge is a short-term duty by the importing country. (True/False)
 सीमा शुल्क अधिभार आयातक देश द्वारा एक अल्पकालिक शुल्क है। (सत्य/असत्य)
4. Product adaptation is the modification of products for international markets. (True/False)
 उत्पाद अनुकूलन अन्तर्राष्ट्रीय बाजारों के लिए उत्पादों का संशोधन है। (सत्य/असत्य)
5. Transfer price is the price of an international transaction between related parties. (True/False)
 अंतरण मूल्य निर्धारण संबंधित जनसमूहों के बीच एक अन्तर्राष्ट्रीय लेन-देन का मूल्य है। (सत्य/असत्य)

6. Various tools used as short-term incentives in order to induce a purchase decision is sales promotion.

(True/False)

क्रय निर्णयों को प्रेरित करने के लिए अल्पावधि प्रोत्साहन के रूप में उपयोग किए जाने वाले विभिन्न उपकरण विक्रय संवर्द्धन हैं। (सत्य/असत्य)

7. Import and export of goods and their marketing through unauthorized channels is a grey marketing.

(True/False)

माल के आयात और निर्यात तथा उक्त माल का अनधिकृत माध्यम से विपणन ग्रे विपणन कहलाता है। (सत्य/असत्य)

8. A Letter of Credit (LC) refers to the credit or goodwill of a business.

(True/False)

एक साखपत्र किसी व्यवसाय की साख को प्रदर्शित करता है।

(सत्य/असत्य)

9. Attachment of the customer to the brand is brand loyalty.

(True/False)

ग्राहक का ब्राण्ड के लिए आसक्ति या अनुराग निष्ठा है।

(सत्य/असत्य)

10. WTO came into existence on January 1, 1995.

(True/False)

विश्व व्यापार संगठन जनवरी 1, 1995 को अस्तित्व में आया।

(सत्य/असत्य)