



HO-002-002309 Seat No. _____

M. Com. (Sem. III) (CBCS) Examination

May/June - 2017

International Marketing

(Group-C, Marketing) (Elective-4) (Old Course)

Faculty Code : 002

Subject Code : 002309

Time : 2½ Hours]

[Total Marks : 70

- ૧ (અ) વૈશ્વિક એકીકરણ અને ગ્લોબલ માર્કેટિંગના વધતા મહત્વ પાછળ જવાબદાર પરિબલોની ચર્ચા કરો. ૧૦
- (બ) ગ્લોબલ માર્કેટિંગના ત્રણ મૂળભૂત સિદ્ધાંતો વર્ણવો. ૧૦
- અથવા**
- ૧ ગ્લોબલ બજાર વિભાજન, ટાર્ગેટિંગ અને પોઝિશનિંગની વિગતવાર ચર્ચા કરો. ૨૦
- ૨ વૈશ્વિક બજારોમાં માર્કેટ એન્ટ્રી અથવા વિસ્તરણની વ્યૂહરચનાઓ વિગતવાર સમજાવો. ૨૦
- અથવા**
- ૨ આંતરરાષ્ટ્રીય બજારમાં પેદાશ અને સેવાઓની કિંમત નિર્ધારણના ઉદ્દેશ અને વ્યૂહરચનાઓ સમજાવો. ૨૦
- ૩ વૈશ્વિક બજારોમાં વિતરણ ચેનલોનું મહત્વ સમજાવો તથા તેમની પસંદગી કરતી વખતે ધ્યાનમાં લેવામાં આવતા પરિબલોની ચર્ચા કરો. ૧૫
- અથવા**
- ૩ વૈશ્વિક માર્કેટિંગ હાથ ધરનારી કંપનીઓના સંસ્થાકીય માળખાના વિવિધ પ્રકારોની ચર્ચા કરો. ૧૫

- ૪ વૈશ્વિક ઇ-માર્કેટિંગ એટલે શું ? તેમાં શામિલ સહભાગીઓ તથા પ્રક્રિયાઓની ચર્ચા કરો. ૧૫

અથવા

- ૪ પેદાશ અને સેવાઓની વૈશ્વિક જાહેરાતમાં સામેલ વિવિધ મુદ્દાઓની ચર્ચા કરો. ૧૫

ENGLISH VERSION

- 1 (a) Identify the Forces that have resulted in increased global integration and the growing importance of Global Marketing. 10
- (b) Describe the three basic principles of Global Marketing. 10

OR

- 1 Explain in detail Global Market Segmenting, Targeting and Positioning. 20
- 2 Explain in detail various Market Entry or Expansion Strategies in the Global Markets. 20

OR

- 2 Explain Global Pricing Objectives and Strategies in detail. 20
- 3 Explain the Importance of Channels of Distribution in Global Markets and discuss the Factors considered while selecting them. 15

OR

- 3 Explain various Types of Organizational Structures found in Companies pursuing Global Marketing. 15
- 4 What is Global E-Marketing ? Explain the Participants and Processes involved in it. 15

OR

- 4 Explain the Issues involved in Global Advertising of Products and Services. 15