



HDS-002-002309

Seat No. \_\_\_\_\_

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

November / December – 2017

**International Marketing**

**(Group - C : Marketing) (Old Course)**

**Faculty Code : 002**

**Subject Code : 002309**

Time :  $2\frac{1}{2}$  Hours]

[Total Marks : 70

- ૧ (અ) આંતરરાષ્ટ્રીય બજાર એટલે શું ? તેનું સ્વરૂપ અને મહત્ત્વ સમજાવો. ૧૦  
(બ) આંતરરાષ્ટ્રીય બજાર પ્રવેશ વ્યૂહરચનાઓ ચર્ચો. ૧૦
- અથવા**
- ૧ (અ) આંતરરાષ્ટ્રીય બજાર સંબંધિત મુખ્ય મુશ્કેલીઓ સમજાવો. ૧૦  
(બ) ઈપીઆરજી (EPRG) માળખું (ફ્રેમવર્ક) ચર્ચો. ૧૦
- ૨ આંતરરાષ્ટ્રીય બજાર પર્યાવરણ પર સવિસ્તર નોંધ લખો. ૨૦
- અથવા**
- ૨ વૈશ્વિક બજાર વિભાજન, પસંદગી અને પોઝિશનિંગ (સ્થાન)ની સવિસ્તર ચર્ચા કરો. ૨૦
- ૩ (અ) વૈશ્વિક બજારમાં નવી પેદાશ વિકાસ વ્યૂહરચનાઓ સમજાવો. ૮  
(બ) આંતરરાષ્ટ્રીય બજારમાં પેકેજિંગ અને લેબલિંગ ચર્ચો. ૭
- અથવા**
- ૩ આંતરરાષ્ટ્રીય કિંમત એટલે શું ? આંતરરાષ્ટ્રીય બજારનાં વિવિધ કિંમત નિર્ણયો, કિંમતની નીતિઓ અને વ્યૂહરચનાઓની વિગતવાર ચર્ચા કરો. ૧૫
- ૪ કોઈ પણ ત્રણ ચર્ચો : ૧૫  
(૧) વ્યક્તિગત વેચાણ.  
(૨) વેચાણ અભિવૃદ્ધિ.

- (૩) આંતરરાષ્ટ્રીય વિતરણ શૃંખલા.  
 (૪) આંતરરાષ્ટ્રીય બજારમાં વૈશ્વિકીકરણની અસર.  
 (૫) આંતરરાષ્ટ્રીય બજાર વ્યવસ્થાતંત્ર.  
 (૬) માહિતી ટેકનોલોજી અને આંતરરાષ્ટ્રીય બજાર.

### ENGLISH VERSION

- 1 (a) Define international marketing ? Explain the nature and significance of it. 10  
 (b) Discuss the international marketing entry strategies. 10
- OR**
- 1 (a) Explain the main difficulties relating to international marketing. 10  
 (b) Discuss the EPRG framework. 10
- 2 Write a detail note on international marketing environment. 20
- OR**
- 2 Discuss in detail the global market segmentation, selection and positioning. 20
- 3 (a) Explain the new product development strategies in global market. 8  
 (b) Discuss packaging and labeling in international market. 7
- OR**
- 3 Define international pricing ? Discuss in detail the various pricing decision, pricing policies and strategies in international marketing. 15
- 4 Discuss any three : 15  
 (1) Personal selling.  
 (2) Sales promotion.  
 (3) International distribution channel.  
 (4) Impact of globalization in international market.  
 (5) International marketing organization.  
 (6) Information technology and international market.