



Seat No. _____

HB-19080002040303

M. Com. (Sem. IV) (CBCS) (W.E.F. 2019) Examination

April - 2023

International Marketing : Elective Course - 3

(Group 3 Marketing)

Time : 2½ Hours / Total Marks : 70

- 1 (a) આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગને વ્યાખ્યાયિત કરો અને આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગના ઉદ્દેશ્યો, વિશેષ સમસ્યાઓ અને મુખ્ય નિર્ણયો સંક્ષિપ્તમાં સમજાવો. 10
- (b) વિવિધ આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ/માર્કેટ ઓરિએન્ટેશન્સ/વિભાવનાઓ સમજાવો. 10

અથવા

- 1 (a) આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ પર્યાવરણ સંક્ષિપ્તમાં સમજાવો. 10
- (b) વૈશ્વિક પેટી માટે ઉપલબ્ધ વિવિધ બજાર પ્રવેશ વ્યૂહરચનાઓ સમજાવો. 10
- 2 (a) ઈન્ટરનેશનલ ફર્મની નવી પ્રોડક્ટ ડેવલપમેન્ટ પ્રક્રિયાને સંક્ષિપ્તમાં સમજાવો. 10
- (b) બ્રાન્ડિંગ, ડિઝાઈનિંગ, લેબલિંગ અને પેકેજિંગ જેવા મુખ્ય આંતરરાષ્ટ્રીય પેદાશ નિર્ણયો સંક્ષિપ્તમાં સમજાવો. 10

અથવા

- 2 આંતરરાષ્ટ્રીય પેદાશોની કિંમતો ઘરેલુ કિંમતોથી કેવી રીતે અલગ પડે છે? આંતરરાષ્ટ્રીય કિંમત નિર્ધારણના ઉદ્દેશ્યો, તેને અસર કરતા પરિબળો અને કિંમતોની વિવિધ નીતિઓ સમજાવો. 20

- 3 આંતરરાષ્ટ્રીય બજારોમાં કાર્યરત વિવિધ પ્રકારના મધ્યસ્થીઓ સમજાવો અને આંતરરાષ્ટ્રીય વિતરણની ચેનલોની પસંદગીને અસર કરતા પરિબળોની ચર્ચા કરો. 15

અથવા

- 3 આંતરરાષ્ટ્રીય લોજેસ્ટિક્સ સિસ્ટમની ભૂમિકા અને કાર્યો / તત્ત્વો સમજાવો. 15

- 4 અસરકારક ઈન્ટરનેશનલ માર્કેટિંગ કોમ્યુનિકેશન્સ પ્રોગ્રામ વિકસાવવાની પ્રક્રિયામાં સામેલ મુખ્ય પગલાંઓ અને ઈન્ટરનેશનલ માર્કેટિંગ કોમ્યુનિકેશન્સમાં ઊભી થતી સમસ્યાઓ સમજાવો. 15

અથવા

- 4 કંપનીના ઈન્ટરનેશનલ માર્કેટિંગ કોમ્યુનિકેશન મિશ્રણના મુખ્ય ઘટકોને વિગતવાર સમજાવો. 15

ENGLISH VERSION

- 1 (a) Define International Marketing and explain the Objectives, Special Problems and Major International Marketing Decisions in brief. **10**
- (b) Explain various International Marketing/Market Orientations. **10**
- OR**
- 1 (a) Explain the International Marketing Environment in brief. **10**
- (b) Explain various Market Entry Strategies available to a Global Firm. **10**
- 2 (a) Briefly explain the New Product Development Process of an International Firm. **10**
- (b) Explain Major International Product Decisions like Branding, Designing, Labeling and Packaging in brief. **10**
- OR**
- 2 How does International Product Pricing differ from Domestic Pricing? Explain the Objectives, Factors affecting and Various Policies of International Pricing. **20**
- 3 Explain Various Types of Middlemen operating in the International Markets and discuss the Factors affecting the Selection of International Channels of Distribution. **15**
- OR**
- 3 Explain the Role and Functions / Elements of the International Logistics System. **15**
- 4 Explain the Major Steps involved in the Process of developing an Effective International Marketing Communications Program and Explain the problems arising in International Marketing Communications. **15**
- OR**
- 4 Explain in detail the Major Elements of the International Marketing Communication Mix of a Company. **15**