

एम. कॉम  
तृतीय सत्र

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि  
(एम. कॉम)

सत्रीय कार्य  
2026

जनवरी 2026 तथा जुलाई 2026 प्रवेश सत्र के लिए

तृतीय सत्र



प्रबंध अध्ययन विद्यापीठ  
इन्दिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय  
मैदान गढ़ी, नई दिल्ली – **1100 68**



प्रबंध अध्ययन विद्यापीठ  
इन्दिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि  
तृतीय सत्र  
सत्रीय कार्य - 2026

प्रिय छात्र/छात्राओं,

जैसा कि कार्यक्रम दर्शिका में स्पष्ट किया गया है, इस कार्यक्रम में आपको प्रत्येक पाठ्यक्रम के लिए एक सत्रीय कार्य करना है। सभी सत्रीय कार्य आपको एक साथ भेजे जा रहे हैं।

अंतिम परीक्षा में सत्रीय कार्य के लिए 30 प्रतिशत अंक निर्धारित हैं। सत्रांत परीक्षा में बैठने योग्य होने के लिए यह आवश्यक है कि समय सूची के अनुसार आप इन सत्रीय कार्यों को पूरा करके भेज दें। सत्रीय कार्य को करने से पहले आपको चाहिए कि कार्यक्रम दर्शिका में दिए गए निर्देशों को ध्यानपूर्वक पढ़ लें, जिसे आपके पास अलग से भेजा गया है।

यह सत्रीय कार्य दो प्रवेश सत्र अर्थात् (जनवरी 2026 और जुलाई 2026) के लिए वैध है, इसकी वैधता निम्नलिखित है :-

1. जो जनवरी 2026 में पंजीकृत है उनकी वैधता दिसंबर 2026 है।
2. जो जुलाई 2026 में पंजीकृत है उनकी वैधता जून 2027 तक है।

यदि आप जून सत्रांत परीक्षा में बैठना चाहते हैं तो इन्हें 15 मार्च तक अवश्य जमा कर दें। यदि आप दिसम्बर सत्रांत परीक्षा में बैठना चाहते हैं तो आपके लिए आवश्यक है कि आप इन्हें 15 सितम्बर तक अध्ययन केंद्र के संयोजक के पास जमा कर दें।

अध्यापक जांच सत्रीय कार्य

पाठ्यक्रम का कोड	:	आई. बी. ओ. -02
पाठ्यक्रम का शीर्षक	:	अंतर्राष्ट्रीय विपणन प्रबंधन
सत्रीय कार्य का कोड	:	आई. बी. ओ. -02/ टी. एम. ए. / 2026
खण्डों की संख्या	:	सभी खण्ड

अधिकतम अंक : 100

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए

- (क) अंतर्राष्ट्रीय विपणन की अवधारणा और क्षेत्र की व्याख्या कीजिए। वैश्वीकरण, डिजिटलीकरण तथा विश्व बाजारों के बढ़ते एकीकरण के संदर्भ में अंतर्राष्ट्रीय विपणन की बदलती भूमिका पर चर्चा कीजिए। अपने उत्तर को किसी भारतीय कंपनी के विदेशी बाजारों में विस्तार के उदाहरण द्वारा स्पष्ट कीजिए। (10+10)

(ख) राजनीतिक, कानूनी, आर्थिक, सामाजिक-सांस्कृतिक तथा प्रौद्योगिकीय कारकों का अंतर्राष्ट्रीय विपणन रणनीतियों के निर्माण एवं कार्यान्वयन पर प्रभाव स्पष्ट कीजिए। उपयुक्त अंतर्राष्ट्रीय व्यापार उदाहरणों द्वारा अपने उत्तर का समर्थन कीजिए।
- (क) कंपनियों के लिए उपलब्ध प्रमुख अंतर्राष्ट्रीय बाजार प्रवेश रणनीतियों का वर्णन कीजिए। जोखिम, नियंत्रण, लागत तथा दीर्घकालीन रणनीतिक विचारों के संदर्भ में उपयुक्त प्रवेश माध्यम के चयन को प्रभावित करने वाले कारकों का समालोचनात्मक मूल्यांकन कीजिए। किसी बहुराष्ट्रीय कंपनी के विदेशी बाजार में प्रवेश के उदाहरण द्वारा स्पष्ट कीजिए। (10+10)

(ख) अंतर्राष्ट्रीय विपणन अभिविन्यास के दृष्टिकोण के रूप में EPRG फ्रेमवर्क पर चर्चा कीजिए। यह स्पष्ट कीजिए कि EPRG अभिविन्यास संगठनात्मक दृष्टिकोण, विपणन रणनीति निर्माण तथा प्रबंधकीय निर्णय-निर्माण को किस प्रकार प्रभावित करते हैं।
- निम्नलिखित पर संक्षिप्त नोट लिखिए:** (4X5)

(क) अंतर्राष्ट्रीय विपणन अनुसंधान का महत्व एवं पद्धतिगत चुनौतियाँ

(ख) अंतर्राष्ट्रीय उपभोक्ता व्यवहार के सांस्कृतिक निर्धारक

(ग) अंतर्राष्ट्रीय सेवा विपणन एवं इसके रणनीतिक निहितार्थ

(घ) अंतर्राष्ट्रीय बाजार खंडिकरण एवं स्थिति निर्धारण रणनीतियाँ
- निम्नलिखित में अंतर कीजिए:** (4X5)

(क) घरेलू विपणन एवं अंतर्राष्ट्रीय विपणन

(ख) वैश्विक बाजारों में उत्पाद मानकीकरण एवं उत्पाद अनुकूलन

(ग) प्रत्यक्ष अंतर्राष्ट्रीय वितरण चैनल एवं अप्रत्यक्ष अंतर्राष्ट्रीय वितरण चैनल

(घ) अंतर्राष्ट्रीय बाजारों में लागत-आधारित मूल्य निर्धारण एवं मूल्य-आधारित मूल्य निर्धारण
- निम्नलिखित कथनों पर टिप्पणी कीजिए:** (4X5)

(क) “अंतर्राष्ट्रीय विपणन में सफलता केवल वैश्विक अवसरों की पहचान पर ही नहीं, बल्कि सांस्कृतिक भिन्नताओं के प्रभावी प्रबंधन पर भी निर्भर करती है।”

(ख) “किसी फर्म की अंतर्राष्ट्रीय मूल्य निर्धारण रणनीति वैश्विक प्रतिस्पर्धात्मकता को बढ़ा भी सकती है और बाजार प्रवेश में एक प्रमुख बाधा भी बन सकती है।”

(ग) “डिजिटल प्रौद्योगिकी में प्रगति ने अंतर्राष्ट्रीय संवर्धन को देश-विशिष्ट गतिविधि से बदलकर एक वैश्विक रूप से एकीकृत प्रक्रिया बना दिया है।”

(घ) “प्रभावी समन्वय एवं नियंत्रण प्रणालियों के अभाव में अंतर्राष्ट्रीय विपणन संचालन अपनी रणनीतिक दिशा एवं दक्षता खो सकते हैं।”