

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि
(एम. कॉम (पुराना)
प्रथम वर्ष

सत्रीय कार्य
2026–2027

जुलाई 2026 तथा जनवरी 2027 प्रवेश सत्र के लिए



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



सत्रीय कार्य – 2026–2027

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 **(जुलाई 2026 और जनवरी 2027)** के लिए वैध है, इसकी वैधता निम्नलिखित है :-

1. जो **जुलाई 2026** में पंजीकृत है उनकी वैधता **जून 2027** तक है।
2. जो **जनवरी 2027** में पंजीकृत है उनकी वैधता **दिसंबर 2027** 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 अक्टूबर** 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. / 2026-27
खण्डों की संख्या	:	सभी खण्ड

अधिकतम अंक : 100

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए

1. (क) खंडीकरण (Segmentation) के सिद्धांतों को प्रभावित करने वाले तत्व कौन-कौन से हैं, और विभिन्न देशों में लैपटॉप के विपणन के लिए उपयुक्त आधार क्या हो सकता है? (10+10)
 (ख) वह कौन-सा प्रवेश माध्यम (Mode of Entry) है जिसके माध्यम से कोई अंतर्राष्ट्रीय व्यापारिक फर्म विदेश में निवेश किए बिना अंतर्राष्ट्रीय विपणन शुरू कर सकती है? इस माध्यम की लाभ एवं हानियों सहित व्याख्या कीजिए।

2. (क) वर्तमान व्यावसायिक वातावरण में संगठनों को अंतर्राष्ट्रीय प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ता है, जिससे विज्ञापन का महत्व लगातार बढ़ रहा है। क्या आप सहमत हैं? अपने विचारों के समर्थन में कारण दीजिए। साथ ही, अंतर्राष्ट्रीय विज्ञापन के औचित्य की व्याख्या कीजिए। (10+10)
 (ख) सेवाओं के अंतर्राष्ट्रीय विपणन के लिए उपलब्ध वैकल्पिक रणनीतियाँ कौन-कौन सी हैं? उपयुक्त उदाहरणों सहित इन रणनीतियों की व्याख्या कीजिए। प्रत्येक रणनीति का समालोचनात्मक मूल्यांकन कीजिए तथा बताइए कि कौन-सी सेवाएँ इनके लिए सबसे अधिक उपयुक्त हैं।

3. निम्नलिखित पर संक्षिप्त नोट लिखिए: (4X5)
 (क) EPRG फ्रेमवर्क
 (ख) अंतर्राष्ट्रीय विपणन अनुसंधान प्रक्रिया
 (ग) अंतर्राष्ट्रीय उत्पाद जीवन चक्र
 (घ) टेलीमार्केटिंग

4. निम्नलिखित में अंतर कीजिए: (4X5)
 (क) अंतर्राष्ट्रीय विपणन में उत्पाद अनुकूलन बनाम उत्पाद मानकीकरण
 (ख) अंतर्राष्ट्रीय विपणन बनाम घरेलू विपणन
 (ग) अंतर्राष्ट्रीय विपणन में वारंटी बनाम गारंटी
 (घ) प्रवेश मूल्य निर्धारण (Penetration Pricing) बनाम स्किमिंग मूल्य निर्धारण (Skimming Pricing)

5. निम्नलिखित कथनों पर टिप्पणी कीजिए: (4X5)
 (क) “प्रचार का विक्रय पर सदैव सकारात्मक प्रभाव होता है।”
 (ख) “वैश्विक स्थिति उत्पादों की उन श्रेणियों के लिए सर्वाधिक प्रभावी है जो उच्च-स्पर्श/उच्च-तकनीक संतत्य के किसी भी ओर स्थित हों।”
 (ग) 'डिजिटल प्रौद्योगिकी में प्रगति ने अंतर्राष्ट्रीय संवर्धन को देश-विशिष्ट गतिविधि से बदलकर वैश्विक रूप से एकीकृत प्रक्रिया बना दिया है।
 (घ) 'प्रभावी समन्वय और नियंत्रण प्रणालियों के बिना अंतर्राष्ट्रीय विपणन संचालन अपनी रणनीतिक दिशा और दक्षता खो सकते हैं।