

**POST GRADUATE DIPLOMA IN
INTERNATIONAL BUSINESS
OPERATIONS/MASTER OF
COMMERCE (PGDIBO/M. COM.)**

Term-End Examination

December, 2024

**IBO-02 : INTERNATIONAL MARKETING
MANAGEMENT**

Time : 3 Hours

Maximum Marks : 100

Note : Attempt any **five** questions. All questions carry equal marks.

1. Explain various barriers to international marketing of services. 20

2. Discuss the advertising regulations that should be considered while designing international advertising campaign. 20
3. How would you formulate the branding strategies for textile products ? Evaluate the advantages and disadvantages of various branding strategies. 20
4. Discuss various criteria for selecting target countries for international marketing by a company with suitable example. 20
5. Describe briefly various entry modes companies undertake to enter into international markets. 20
6. Why do firms go international ? Explain with the help of examples from Indian context. 12+8
7. Explain the importance of understanding international marketing environment. 20

8. Write short notes on any *two* of the following :

10+10

- (a) International marketing planning
- (b) Packaging and labelling
- (c) International Marketing Information System
- (d) International Marketing Communication

IBO-02

अंतर्राष्ट्रीय व्यवसाय प्रचालन में स्नातकोत्तर
डिप्लोमा/वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि
(पी. जी. डी. आई. बी. ओ./एम. कॉम.)

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2024

आई.बी.ओ.-02 : अंतर्राष्ट्रीय विपणन प्रबंधन

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

नोट : किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। सभी प्रश्नों के
अंक समान हैं।

1. सेवाओं के अन्तर्राष्ट्रीय विपणन की विभिन्न बाधाओं का वर्णन कीजिए। 20
2. अन्तर्राष्ट्रीय विज्ञापन तय करते समय ध्यान में रखे जाने वाले विज्ञापन संबंधी नियमों की व्याख्या कीजिए। 20

3. टेक्स्टाइल उत्पादों हेतु आप ब्रांडिंग रणनीतियों की रचना कैसे करेंगे ? विभिन्न प्रकार की ब्रांडिंग रणनीतियों के लाभ और दोषों की समीक्षा कीजिए। 20
4. अन्तर्राष्ट्रीय विपणन में कम्पनी के द्वारा लक्षित देशों को चुनने के विभिन्न मापदण्डों की उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए। 20
5. अन्तर्राष्ट्रीय बाजार में प्रवेश करने के लिए कम्पनियाँ किन प्रवेश के तरीकों को चुनती हैं ? प्रवेश के तरीकों की संक्षिप्त व्याख्या कीजिए। 20
6. संस्थाएँ क्यों अन्तर्राष्ट्रीय बनना चाहती हैं ? भारतीय संस्थाओं के संदर्भ में इसे समझाइए। 12+8
7. अन्तर्राष्ट्रीय विपणन वातावरण के महत्त्व को समझना क्यों आवश्यक है ? विवेचना कीजिए। 20

8. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ

लिखिए :

10+10

(क) अन्तर्राष्ट्रीय विपणन नियोजन

(ख) पैकेजिंग और लेबलिंग

(ग) अन्तर्राष्ट्रीय विपणन सूचना प्रणाली

(घ) अन्तर्राष्ट्रीय विपणन संप्रेषण

× × × × × × ×