

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

Term-End Examination

June, 2026

**IBO-002 : INTERNATIONAL MARKETING
MANAGEMENT**

Time : 3 Hours

Maximum Marks : 100

Note : (i) Attempt any **five** questions.

(ii) All questions carry equal marks.

1. Why do firms go International ? Discuss
with suitable examples. 20

2. Describe the relationship among market segmentation, market targeting and product positioning. 20
3. An Indian firm intending to export clothing and apparels desires to undertake analysis of global market for its product so that it can select the most promising markets. What are the factors on which it should collect data and information to shortlist the priority markets ? Explain in detail. 20
4. Explain various stages of International Product Life Cycle with suitable example. 20
5. (a) Explain the factors affecting pricing decisions in International Marketing. 6
(b) Discuss various pricing methods and practices in International Marketing. 14
6. Describe various objectives of International Marketing Communication. Also comment upon the key issues in International Marketing Communication. 7+13

7. Explain various challenges in marketing of services. Also discuss the strategies of International Marketing of Services. 12+8
8. Write notes on any *two* of the following : 10+10
- (a) International Marketing Information System
 - (b) Sampling
 - (c) Emerging trends and issues in International Marketing
 - (d) International Advertising

IBO-002

वाणिज्य में परास्नातक/अंतर्राष्ट्रीय
व्यवसाय प्रचालनों में
स्नातकोत्तर डिप्लोमा
(एम. कॉम/पी. जी. डी. आई. बी. ओ.)
सत्रांत परीक्षा
जून, 2026

आई.बी.ओ.-002 : अन्तर्राष्ट्रीय विपणन प्रबंधन

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

नोट : (i) किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

(ii) सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. फर्म अन्तर्राष्ट्रीय क्यों होती है ? उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए। 20
2. बाज़ार विभक्तिकरण, बाज़ार लक्ष्य और उत्पाद स्थिति के मध्य सम्बन्ध की व्याख्या कीजिए। 20

3. एक भारतीय कम्पनी वस्त्र एवं एपैरल का निर्यात करने को सोच रही है। इसके लिये उसे अन्तर्राष्ट्रीय बाज़ार का विश्लेषण करना है ताकि वह सही बाज़ार चुन सके। कौन-से घटकों के आधार पर उसे जानकारी तथा आँकड़े इकट्ठे करने चाहिये ताकि सही बाज़ार का चयन हो सके ? विवरण दीजिए। 20
4. अन्तर्राष्ट्रीय उत्पाद जीवन चक्र की विभिन्न अवस्थाओं की उचित उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए। 20
5. (क) अन्तर्राष्ट्रीय विपणन में मूल्य निर्धारण को प्रभावित करने वाले कारकों का वर्णन कीजिए। 6
(ख) अन्तर्राष्ट्रीय विपणन में मूल्य निर्धारण विधियों एवं नीतियों की व्याख्या कीजिए। 14
6. अन्तर्राष्ट्रीय विपणन सम्प्रेषण के विभिन्न उद्देश्यों की व्याख्या कीजिए। अन्तर्राष्ट्रीय विपणन सम्प्रेषण के मुख्य मुद्दों की भी व्याख्या कीजिए। 7+13
7. सेवाओं के अन्तर्राष्ट्रीय विपणन की विभिन्न चुनौतियों की व्याख्या कीजिए। सेवाओं के अन्तर्राष्ट्रीय विपणन की युक्तियों का भी वर्णन कीजिए। 12+8

8. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर टिप्पणियाँ लिखिए : 10+10

(क) अन्तर्राष्ट्रीय विपणन प्रणाली

(ख) प्रतिचयन

(ग) अन्तर्राष्ट्रीय विपणन में उभरती प्रवृत्तियाँ तथा समस्याएँ

(घ) अन्तर्राष्ट्रीय विज्ञापन

x x x x x