Roll No. ....

86902

Master of Commerce 4th Semester Under NEP-2020 w.e.f. 2025-26 Examination – May, 2026

INTERNATIONAL MARKETING

Paper : 25COM204DS02

Time : Three hours] *[Maximum Marks : 70*

Before answering the questions, candidates should ensure that they have been supplied the correct and complete question paper. No complaint in this regard, will be entertained after examination.

प्रश्नों के उत्तर देने से पहले परीक्षार्थी यह सुनिश्चित कर लें कि उनको पूर्ण एवं सही प्रश्न-पत्र मिला है। परीक्षा के उपरान्त इस संबंध में कोई भी शिकायत नहीं सुनी जायेगी।

Note : There are nine questions in all and students are required to attempt *five* questions. Question number 1 is ***compulsory*** consisting ***seven*** short questions. Students are required to attempt ***one*** question from each Unit. All questions carry equal marks.

कुल ***नौ*** प्रश्न हैं और छात्रों को ***पाँच*** प्रश्न हल करने हैं। प्रश्न संख्या 1 ***अनिवार्य*** है, जिसमें सात छोटे प्रश्न शामिल हैं। छात्रों को प्रत्येक इकाई से ***एक*** प्रश्न हल करना आवश्यक है। सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

https://www.mdupapers.com

1. Answer the following in brief :

निम्नलिखित का संक्षेप में उत्तर दें :

(a) Define Subsidiary.

सहायक कंपनी को परिभाषित करें।

(b) What is Conciliation ?

सुलह क्या है ?

(c) Breakthrough Product.

ब्रेकथ्रू उत्पाद।

(d) How trade analysis methods helps in target Market ?

व्यापार विश्लेषण विधियाँ लक्षित बाजार में कैसे सहायता करते हैं ?

(e) What is international positioning ?

अंतर्राष्ट्रीय स्थिति-निर्धारण क्या है ?

https://www.mdupapers.com

(f) What is international pricing strategy ?

अंतर्राष्ट्रीय मूल्य-निर्धारण रणनीति क्या है ?

(g) Define Product adaptation.

उत्पाद अनुकूलन को परिभाषित करें।

UNIT – I

इकाई – I

2. "International marketing is highly environment-driven." Justify this statement with reference to internal and external environmental factors.

"अंतर्राष्ट्रीय विपणन अत्यधिक पर्यावरण-संचालित होता है।" आंतरिक और बाहरी पर्यावरणीय कारकों के संदर्भ में इस कथन की पुष्टि करें।

3. Compare different international market entry strategies and analyze their suitability under varying business conditions.

विभिन्न अंतर्राष्ट्रीय बाजार प्रवेश रणनीतियों की तुलना करें और अलग-अलग व्यावसायिक परिस्थितियों में उनकी उपयुक्तता का विश्लेषण करें।

https://www.mdupapers.com

UNIT – II

इकाई – II

4. Critically analyse the process of international marketing planning in a dynamic and uncertain global environment. How can firms ensure effective coordination, implementation and control of marketing strategies across multiple countries ? Discuss the challenges and possible solutions.

एक गतिशील और अनिश्चित वैश्विक वातावरण में अंतर्राष्ट्रीय विपणन नियोजन की प्रक्रिया का आलोचनात्मक विश्लेषण करें। कंपनियाँ कई देशों में विपणन रणनीतियों के प्रभावी समन्वय, कार्यान्वयन और नियंत्रण को कैसे सुनिश्चित कर सकती हैं ? चुनौतियों और संभावित समाधानों पर चर्चा करें।

5. Assess how technological advancements have transformed international marketing practices and strategies. Also explain emerging issues and development in international marketing.

https://www.mdupapers.com

मूल्यांकन करें कि तकनीकी प्रगति ने अंतर्राष्ट्रीय विपणन प्रथाओं और रणनीतियों को कैसे बदल दिया है। साथ ही, अंतर्राष्ट्रीय विपणन में उभरते मुद्दों और विकास कार्यों की व्याख्या करें।

UNIT – III

इकाई – III

6. Analyze the role of branding in international marketing. How do global brands maintain consistency while adapting to local preferences ? Critically evaluate the strategies of global vs. local branding and their impact on consumer perception and brand equity.

अंतर्राष्ट्रीय विपणन में ब्रांडिंग की भूमिका का विश्लेषण करें। वैश्विक ब्रांड स्थानीय प्राथमिकताओं के अनुसार ढलते हुए भी अपनी एकरूपता कैसे बनाए रखते हैं ? वैश्विक बनाम स्थानीय ब्रांडिंग की रणनीतियों और उपभोक्ता की धारणा तथा ब्रांड इक्विटी पर उनके प्रभाव का आलोचनात्मक मूल्यांकन करें।

https://www.mdupapers.com

7. Critically examine the stages of new product development (NPD) in an international context. What challenges do firms face while launching new products globally, and how can they manage risks associated with product failure ?

अंतर्राष्ट्रीय संदर्भ में नए उत्पाद विकास के चरणों की आलोचनात्मक जाँच करें। वैश्विक स्तर पर नए उत्पाद लॉन्च करते समय कंपनियों को किन चुनौतियों का सामना करना पड़ता है, और वे उत्पाद की विफलता से जुड़े जोखिमों का प्रबंधन कैसे कर सकती हैं ?

UNIT – IV

इकाई – IV

8. Critically analyze the role of public relations in building a global corporate image. How can firms manage PR strategies effectively across different countries ?

वैश्विक कॉर्पोरेट छवि बनाने में जनसंपर्क की भूमिका का आलोचनात्मक विश्लेषण करें। कंपनियाँ विभिन्न देशों में जनसंपर्क रणनीतियों का प्रभावी ढंग से प्रबंधन कैसे कर सकती हैं ?

https://www.mdupapers.com

9. Examine the functions and types of distribution channels in international marketing. How do firm select foreign distributors or agents, and what challenges arise in managing channel relationships and logistics ?

अंतर्राष्ट्रीय विपणन में वितरण चैनलों के कार्यों और प्रकारों की जाँच करें। कंपनियाँ विदेशी वितरकों या एजेंटों का चयन कैसे करती हैं, और चैनल संबंधों तथा लॉजिस्टिक्स के प्रबंधन में किन चुनौतियों का सामना करना पड़ता है ?

https://www.mdupapers.com