

[This question paper contains 5 printed pages.]

Your Roll No. ....

9959

B

**B.A. Programme/III**

(L)

**FOREIGN TRADE PRACTICE AND PROCEDURES**

**Paper III**

(International Marketing and Exporting)

Time : 3 Hours

Maximum Marks : 75

(Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.)

Note : Answers may be written *either* in English *or* in Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

टिप्पणी : इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिन्दी किसी एक भाषा में दीजिए; लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

Attempt any *Five* questions.

*All* questions carry equal marks.

कोई पाँच प्रश्न कीजिए।

सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. Define international marketing. "The marketer's task is the same whether applied in New York, New Delhi or Nottingham." Discuss this statement and point out the

[P. T. O.]

conditions that have led to the development of global markets.

अन्तर्राष्ट्रीय विपणन की परिभाषा दीजिए। “चाहे काम न्यूयार्क, नई दिल्ली या नॉटिंगम में किया जाए, विपणनकर्ता का काम वही रहता है।” इस कथन का विवेचन कीजिए और उन दशाओं को निर्दिष्ट कीजिए जिनके कारण वैश्विक बाजारों का विकास हुआ।

2. Differentiate between a global company and a multinational company. Discuss the three factors necessary to achieve global awareness and illustrate the idea of global orientation.

वैश्विक कम्पनी और बहुराष्ट्रीय कम्पनी में विभेद कीजिए। वैश्विक जागरूकता प्राप्त करने के लिए आवश्यक तीन कारकों का विवेचन कीजिए और वैश्विक उन्मुखीकरण के विचार को सोदाहरण स्पष्ट कीजिए।

3. Discuss the basis of world trade. Give examples illustrating different bases. Why study geography and a country's history in international marketing? Give reasons for your answer.

विश्व व्यापार के आधार का विवेचन कीजिए। भिन्न-भिन्न आधारों का निदर्शन करते हुए उदाहरण दीजिए। अन्तर्राष्ट्रीय विपणन में भूगोल और देश के इतिहास का अध्ययन क्यों किया जाए? अपने उत्तर के लिए तर्क दीजिए।

4. Differentiate between : (i) Private ownership and family ownership; (ii) Decentralized and committee decision making. Why is it important for the business executive be alert to the significance of differing management styles?

(i) प्राइवेट स्वामित्व और कौटुम्बिक स्वामित्व; (ii) विकेंद्रीकृत और समिति निर्णयन में विभेद कीजिए। व्यवसाय कार्यपालक के लिए यह क्यों महत्वपूर्ण है कि वह अलग-अलग प्रबन्धन शैलियों के महत्व के प्रति जागरूक रहे?

5. 'A crucial fact when doing business in a foreign country is that permission to conduct business is controlled by the government of the host country.' Comment. What are the main factors to consider in assessing the dominant political climate within a country?

'विदेश में व्यवसाय करते समय यह तथ्य होता है कि मेज़बान देश की सरकार द्वारा व्यवसाय संचालन की अनुज्ञा नियन्त्रित होती है।' टिप्पणी कीजिए। किसी देश के भीतर उसके अधिष्ठायी राजनीतिक वातावरण के आकलन में ध्यान रखे जाने वाले मुख्य कारक कौनसे हैं?

6. Discuss how the shift from making market entry decisions to continuous operations decisions creates a need for different types of information and data. How will entry into a developed foreign market differ from entry into a relatively untapped market?

विवेचन कीजिए कि बाज़ार प्रवेश निश्चयों से सतत संचालन निश्चयों तक परिवर्तन किस प्रकार सूचना और आँकड़ों के विभिन्न प्रकारों की आवश्यकता उत्पन्न करता है? विकसित विदेशी बाजार में प्रवेश आपेक्षिक रूप से न आजमाए गए बाज़ार में प्रवेश से किस प्रकार भिन्न होगा?

7. Define strategic planning. How does strategic planning for international marketing differ from domestic marketing? Illustrate the effect of shorter product life cycles on a company's planning process.

रणनीतिक आयोजन की परिभाषा दीजिए। अन्तर्राष्ट्रीय विपणन के लिए रणनीतिक आयोजन देशीय विपणन आयोजन से किस प्रकार भिन्न होती है? कम्पनी की आयोजन प्रक्रिया पर छोटे उत्पाद जीवन-चक्रों के प्रभाव का निदर्शन कीजिए।

8. Formulate a general rule for deciding where international business decisions should be made. Why do companies change their organizations when they go from being an international to a global company?

यह निश्चय करने के लिए सामान्य नियम निरूपण कीजिए कि अन्तर्राष्ट्रीय व्यवसाय निश्चय कहाँ किए जाने चाहिए? कम्पनियाँ अपने संगठन क्यों बदलती हैं जब वे अन्तर्राष्ट्रीय से वैश्विक कम्पनियाँ बनती हैं?

9. Discuss the different promotional/product strategies available to an international marketer. What are the three

major components of a product? Highlight their importance to product adaptation.

अन्तर्राष्ट्रीय विपणनकर्ता को उपलब्ध विभिन्न संवर्धनात्मक/उत्पाद युक्तियों का विवेचन कीजिए। उत्पाद के तीन प्रमुख घटक कौनसे हैं? उत्पाद अनुकूलन में उनके महत्व पर प्रकाश डालिए।

10. Write short notes on any two of the following :

- (a) Differentiate among : subordination; lubrication; extortion and bribery.
- (b) Three ethical principles that provide a framework to distinguish between 'right' and 'wrong'.
- (c) Popularity of joint ventures.
- (d) Counter trade.

निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए :

- (क) आश्रितता, चाटुकारिता, बलात् ग्रहण और घूसखोरी में विभेद कीजिए।
- (ख) 'सही' और 'गलत' में विभेद करने के लिए ढाँचा प्रदान करने वाले तीन नैतिक सिद्धान्त।
- (ग) सह-उद्यमों की लोकप्रियता।
- (घ) प्रति-व्यापार।