

2108002601060003 / 2108001401060002
EXAMINATION FEBRUARY-MARCH 2024
MASTER OF COMMERCE (EXTERNAL) PART - I
MARKETING - III (INTERNATIONAL MARKETING)

[Time: As Per Schedule]

[Max. Marks: 100]

Instructions:

1. Fill up strictly the following details on your answer book

- a. Name of the Examination : **MASTER OF COMMERCE (EXTERNAL) PART - I**
 - b. Name of the Subject : **MARKETING - III (INTERNATIONAL MARKETING)**
 - c. Subject Code No: **2108002601060003 / 2108001401060002**
2. Sketch neat and labelled diagram wherever necessary.
 3. Figures to the right indicate full marks of the question.
 4. All questions are compulsory.

Seat No:

--	--	--	--	--	--

Student's Signature

Q.1 નીચેનાં પ્રશ્નોનાં ટૂંકમાં જવાબ આપો:

20

Answer in Brief

1. ઓફરને વ્યાખ્યાયિત કરો.

Define Offer.

2. આંતરરાષ્ટ્રીય ચેનલ સભ્યોનાં પ્રકારો જણાવો.

What are the types of international channel members?

3. આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ સંશોધન એટલે શું?

What do you understand International Marketing Research?

4. આર્બિટ્રેજનાં જુદા જુદા પ્રકારો જણાવો.

State the types of Arbitrages.

5. આંતરરાષ્ટ્રીય બજાર આયોજનનો અર્થ સમજાવો.

What do you mean by International Marketing Planning?

6. નિકાસમાં ગુણવત્તા અંકુશનું મહત્વ સમજાવો.
Explain the importance of Quality Control in Export?
7. વૈશ્વિક બજારની સમજ આપો.
What do you mean by Global Market?
8. સ્પેશ શિપિંગનો મતલબ શું છે?
What do you mean by Shipping Space?
9. લીઝિંગ એટલે શું?
What is leasing?
10. ડમ્પિંગનો ખ્યાલ સમજાવો.
Explain the concept of Dumping.

Q.2 પેદાશ ગુણવત્તા નિર્ધારણ અને ગ્રાહકલક્ષીતા વિગતવાર સમજાવો. **16**
Explain in detail Product Standardization and Customization.

અથવા

OR

આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ ઇન્ફોર્મેશન સિસ્ટમ વિગતવાર સમજાવો. **16**
Explain in detail International Marketing Information System.

Q.3 ચેનલ મેનેજમેન્ટ પસંદગી પ્રક્રિયા વિસ્તૃતમાં સમજાવો. **16**
Explain in detail the channel management selection process.

અથવા

OR

ફ્રેન્ચાઇઝિંગ શું છે? આંતરરાષ્ટ્રીય બજારક્રિયાનાં કિસ્સામાં તેનાં ફાયદા અને
ગેરફાયદાની વિગતવાર ચર્ચા કરો. **16**
What is franchising? Discuss the merits and demerits of it in case of
International Marketing.

Q.4 વિદેશ બજારમાં પેકિંગ, વોરંટી અને ટ્રેડમાર્કનું મહત્વ વિગતે સમજાવો. **16**
Explain the importance of packing, warranties and trademark in foreign market.

અથવા

OR

કંપનીઓનાં વૈશ્વિક બનવા માટેનાં કારણોની ચર્ચા કરો. **16**
Discuss the reasons for firm going global.

Q.5 વિશ્વમાં ઉદ્યોગો વચ્ચે વહેંચણી માટે ઉપયોગમાં લેવાતા જુદા જુદા ઈન્ટરનેશનલ ચેનલ મેમ્બર્સ સવિસ્તાર સમજાવો. **16**
Explain in detail the different international channel members used worldwide for distribution access the industry.

અથવા

OR

આંતરરાષ્ટ્રીય આયોજન અને વ્યૂહરચનાનાં વિવિધ પરિણામો વિગતવાર ચર્ચો. **16**
Explain the various dimensions of International Planning and Strategy.

Q.6 (અ) ટૂંકનોંધ લખો: (ગમે તે એક) **8**
(A) Write Short Notes on: (Any One)

1. ગ્રે માર્કેટ

Gary Market.

2. નિકાસવિધિ માટે જરૂરી દસ્તાવેજો

Essential documents for Export Procedure.

(બ) કેસ સ્ટડી:

(B) Case Study:

લક્ષ્મી નમકીન તેનાં સ્વાદ અને શુદ્ધતા માટે દક્ષિણ ગુજરાત ક્ષેત્રમાં નાસ્તાની પ્રખ્યાત બ્રાન્ડ છે. કંપનીની તેના ગ્રાહકો અને ડિસ્ટ્રીબ્યુટરમાં સારી શાખ છે. કંપનીનાં મેનેજિંગ ડિરેક્ટર એક યુવા ગતિશીલ વ્યક્તિ છે. જે ઉદ્યોગોમાં સારા અનુભવ સાથે ખૂબ ઉત્સાહી અને મહેનતુ છે. કંપની અનેક સ્વાદિષ્ટ વસ્તુઓનું ઉત્પાદન કરે છે. કંપની બજારમાં હરીફોનાં ભાવોની નીતિ અપનાવે છે. હવે કંપની નવે તકો મેળવવા માટે આંતરરાષ્ટ્રીય બજારમાં પોતાનો વ્યવસાય વધારવા માંગે છે. તાજેતરમાં કંપનીએ ભારતીય બજારમાં તેની નવી નમકીન વસ્તુ 'અ' બ્રાન્ડ નામથી લોન્ચ કરી હતી. કંપની આંતરરાષ્ટ્રીય બજારમાં પોતાનું ઉત્પાદન લેવા માંગે છે. પરંતુ કંપની પાસે વિદેશી બજારમાં પ્રવેશ અંગેનાં કેટલાક ગંભીર પ્રશ્નો છે જેમ કે અનુભવનો અભાવ, સ્પર્ધા, લાઈસન્સ વગેરે. તમે આ સમસ્યાઓ દૂર કરવા કંપનીને યોગ્ય આંતરરાષ્ટ્રીય વ્યૂહરચના સૂચવો. શું તમને લાગે છે કે કંપનીએ તેના નવા ઉત્પાદન દ્વારા વિદેશી બજારમાં પ્રવેશ કરવો જોઈએ?

Laxmi Namkeen is a famous brand of snacks in south Gujarat region for its taste and purity. The company has a strong goodwill among its customers and distributors. The managing director of a company is a young dynamic person who is very energetic and hardworking with good experience in industry. The company produces several delicious products. The company adopts competitors pricing policy in market. Now company wants to expand its business in international market to avail new opportunities. Recently company launched its new product 'A' in Indian market. The company wants to take its new product in international market. But company has some serious issues about entry in foreign market such as lack of experience, competition, licensing etc. You are asked to suggest a suitable international strategy to company overcome these problems. Do you think that company should enter foreign market by its new product?
