

1908060402060012
EXAMINATION FEBRUARY-MARCH 2024
MASTER OF COMMERCE (SECOND SEMESTER)
MARKETING – VI – LEVEL 6

[Time: As Per Schedule]

[Max. Marks:50]

Instructions:

1. Fill up strictly the following details on your answer book
 - a. Name of the Examination : **MASTER OF COMMERCE (SECOND SEMESTER)**
 - b. Name of the Subject : **MARKETING – VI – LEVEL 6**
 - c. Subject Code No : **1908060402060012**
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 નીચેનાનો ટૂંકમાં જવાબ આપો.

10

Answer the following in brief.

1. આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ સંશોધન શબ્દને વ્યાખ્યાયિત કરો.
Define the term international marketing research.
2. વિદેશી સબસિડી વ્યાખ્યાયિત કરો.
Define foreign Subsidy.
3. આંતરરાષ્ટ્રીય વ્યવસાય વ્યાખ્યાયિત કરો.
Define international business.
4. પ્રાથમિક માહિતી સંગ્રહ સમજાવો.
Explain primary data collection.
5. નિકાસ પ્રક્રિયા દરમિયાન શિપમેન્ટ સંબંધિત દસ્તાવેજોની યાદી બનાવો.
List out documents related to shipments during export procedure.

Q.2 માહિતી સંગ્રહના સ્ત્રોતોનું મહત્વ સમજાવો. **14**
Explain the importance of sources of data collection.

OR

વિગતવાર નિકાસ પ્રક્રિયા અને દસ્તાવેજીકરણ સમજાવો. **14**
Explain in detail export procedure and documentation.

Q.3 આંતરરાષ્ટ્રીય આયોજન અને વ્યૂહરચનાનાં પરિમાણો સમજાવો. **14**
Explain dimensions of international planning and strategy.

OR

આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ સંશોધન માટે માળખું સમજાવો. **14**
Explain framework for international marketing research.

Q.4 કોઈપણ બે પર ટૂંક નોંધ લખો. **12**
Write short note on any two.

1. આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ માહિતી સિસ્ટમ.
International marketing information system.
2. પેટાકંપની અને કોર્પોરેટ સ્તરે આયોજન વચ્ચેનો તફાવત સમજાવો.
Explain the difference between planning at subsidiary and corporate level.
3. આંતરરાષ્ટ્રીય વેપાર પર માહિતી સ્કેનિંગ મોનીટરીંગ.
Information scanning monitoring at international business.
4. આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગમાં વિરોધાભાસ અને તેમનું નિરાકરણ.
Conflicts and their resolution at international marketing.
