

RAN-1808060401060012

M.Com. (Marketing Mgt.) (Sem. I) Examination April - 2026 International Marketing : Paper III

Time: 0 Hours]

[Total Marks: 50

સૂચના : / Instructions

- (1) ઉપરોક્ત દર્શાવેલ વિગતો ઉત્તરવહી પર અવશ્ય લખવી.
Fill up strictly the above details on your answer book.

Seat No.:

Student's Signature

- પ્ર. 1. ટૂંકમાં ઉત્તર આપો. (10)
1. ડમ્પિંગ વ્યાખ્યાયિત કરો.
 2. આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ શું છે?
 3. માનક્રીકરણ વ્યાખ્યાયિત કરો.
 4. આંતરરાષ્ટ્રીય કિંમત નિર્ધારણ વ્યૂહરચનામાં કિંમત નિર્ધારણનો ઉદ્દેશ જણાવો.
 5. આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગમાં ઉત્પાદન વ્યૂહરચના ડિઝાઈન કરવા માટેના માપદંડો શું છે?
- પ્ર. 2 (અ) બહુરાષ્ટ્રીય કંપનીઓ શું છે? આ બહુરાષ્ટ્રીય કંપનીઓ ભારતમાં કેવી રીતે પ્રવેશ કરે છે તે વિગતવાર સમજાવો. (07)
- (બ) આંતરરાષ્ટ્રીય વોરંટી અને ટ્રેડમાર્ક્સ પર નોંધ લખો. (06)
- અથવા
- પ્ર. 2 આંતરરાષ્ટ્રીય ઉત્પાદન આયોજનમાં યોગ્ય માહિતી એકત્રિત કરવા માટેના વિવિધ રસ્તાઓ અને સ્ત્રોતો કયા છે તે વિગતવાર સમજાવો. (13)
- પ્ર. 3 આંતરરાષ્ટ્રીય કિંમત નક્કી કરતી વખતે કયા પરિબલો ધ્યાનમાં લેવા જોઈએ તેની વિગતવાર ચર્ચા કરો. (13)
- અથવા
- પ્ર. 3 (અ) ટ્રાન્સફર પ્રાઈસિંગ પર નોંધ લખો. (07)
- (બ) આંતરરાષ્ટ્રીય ઉત્પાદન રેખા પર નોંધ લખો. (06)
- પ્ર. 4 (અ) ટૂંક નોંધ લખો. (કોઈપણ બે) (08)
1. ગ્રે માર્કેટ
 2. આંતરરાષ્ટ્રીય ભૌતિક વિતરણ
 3. આંતરિક ફ્રેન્ચાઈઝીંગ
- (બ) કેસ સ્ટડી: (06)
- કોકા-કોલા વિશ્વભરમાં સૌથી વધુ માન્યતા પ્રાપ્ત બ્રાન્ડ્સમાંની એક છે, જે 200 થી વધુ દેશોમાં હાજર છે. જ્યારે ઉત્પાદન (કોક) મોટાભાગે પ્રમાણિત રહે છે, પ્રમોશન વ્યૂહરચના ખૂબ જ સ્થાનિક છે. ઉદાહરણ તરીકે, મધ્ય પૂર્વમાં, કોકા-કોલાની જાહેરાતો રમઝાન દરમિયાન પરિવાર અને એકતા પર ભાર મૂકે છે.

ભારતમાં, તેણે “થંડા મતલબ કોકા-કોલા” જેવા સૂત્રોનો ઉપયોગ કર્યો છે, જે પીણાને સ્થાનિક ભાષા અને સંસ્કૃતિ સાથે જોડે છે.

કોકા-કોલાની વ્યૂહરચના સ્થાનિક પ્રમોશનલ ઝુંબેશ સાથે મજબૂત વૈશ્વિક બ્રાન્ડ ઓળખને જોડે છે, જે તેને વિશ્વભરના વિવિધ પ્રેક્ષકો માટે સંબંધિત બનાવે છે.

પ્રશ્નો :

1. કોકા-કોલા વૈશ્વિક સ્તરે તેની બ્રાન્ડ સુસંગતતા કેવી રીતે જાળવી રાખે છે?
2. કોકા-કોલા શા માટે વિવિધ દેશો માટે તેના પ્રમોશનલ ઝુંબેશને અનુકૂલિત કરે છે?
3. આંતરરાષ્ટ્રીય બજારોમાં મજબૂત વૈશ્વિક બ્રાન્ડ હોવાના ફાયદાઓની ચર્ચા કરો.

ENGLISH VERSION

Q. 1 Answer in short. (10)

1. Define Dumping.
2. What is International Marketing?
3. Define Standardization
4. State the objective of Pricing in international Pricing Strategy
5. What are the criteria for designing product strategy in International Marketing?

Q. 2 (a) What is Multinational Companies? Explain in detail how these Multinational companies enter in India. (07)

(b) Write a note on: International warranties and trademarks. (06)

OR

Q. 2 Explain in detail, what are the different ways & sources for gathering appropriate information in International Product Planning? (13)

Q. 3 Discuss in detail, what factors should be considered in setting International Pricing. (13)

OR

Q. 3 (a) Write a note on Transfer Pricing. (07)

(b) Write a note on International Product Line. (06)

Q. 4 (a) Short note on: (Any 2). (08)

1. Gray Market.
2. International Physical Distribution
3. Internal Franchising

(b) Case Study: (06)

Coca-Cola is one of the most recognized brands globally, present in over 200 countries. While the product (Coke) remains largely standardized, the promotion strategy is highly localized. For example, in the Middle East, Coca-Cola advertisements highlight family and togetherness during Ramadan. In India, it has used slogans like “Thanda Matlab Coca-Cola”, linking the drink to local language and culture. Coca-Cola’s strategy combines a strong global brand identity with localized promotional campaigns, making it relatable to diverse audiences worldwide.

Questions:

1. How does Coca-Cola maintain its brand consistency globally?
2. Why does Coca-Cola adapt its promotional campaigns for different countries?
3. Discuss the advantages of having a strong global brand in international markets.