

S.D.E.

**M. Com. Part-II : SUMMER - 2019**  
**SUBJECT : SPECIAL GROUP B : MARKETING – III**

Day: Saturday  
Date: 13/04/2019

Time : 03.00 PM TO 06.00 PM  
Max. Marks : 80

**S-2019-4741**

**N.B:**

- 1) All questions are **COMPULSORY**.
- 2) Figures to the right indicate **FULL** marks.
- 3) Answers to both the sections should be written in **SAME** answer book.

**SECTION – I**

**Q.1** What are the internal and external environmental factors that affect international marketing environment? (16)

**OR**

- a) Discuss international market entry strategies. (08)
- b) Explain Product Planning for global markets. (08)

**Q.2** What are the provisions of sales related services? Explain the importance of packaging and labeling in international marketing. (16)

**OR**

- a) Distinguish between standardization and product adaptation. (08)
- b) Define 'International Positioning' and state the approaches used in positioning. (08)

**SECTION – II**

**Q.3** Discuss in detail international pricing policies. (16)

**OR**

- a) Describe the process and functions of public relations. (08)
- b) Explain the procedure of selection of agents and distributors. (08)

**Q.4** Describe in detail the concept of promotional decisions in international marketing. (16)

**OR**

- a) State the impact of information technology on international marketing. (08)
- b) What is the personal selling in international market? (08)

**Q.5** Write short notes on **ANY FOUR** of the following: (16)

- a) International channel selection decisions
- b) WTO (World Trade Organisation)
- c) International advertising
- d) Ethical and social issues in international marketing
- e) International logistics decisions
- f) International marketing operations

\* \* \*

## मराठी रुपांतर

### सूचना:

- १) सर्व प्रश्न सोडविणे आवश्यक आहे.
- २) उजवीकडील अंक गुणांचा निर्देश करतात.
- ३) दोन्ही विभाग एकाच उत्तरपत्रिकेत लिहावेत.

### विभाग - १

प्र.१ आंतरराष्ट्रीय विपणनावर परिणाम करणारे पर्यावरणाचे अंतर्गत व बाह्य घटक कोणते? (१६)

#### किंवा

- अ) आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठे मध्ये प्रवेश करण्याची व्यूहरचना स्पष्ट करा. (०८)
- ब) जागतिक बाजारपेठेतील उत्पादकतेचे नियोजन कसे केले जाते ते स्पष्ट करा. (०८)

प्र.२ 'विक्रीच्या संबंधीत सेवेतील तरतुदी' म्हणजे काय? आंतरराष्ट्रीय विपणनातील बांधणी व वेष्टणाचे महत्त्व स्पष्ट करा. (१६)

#### किंवा

- अ) प्रमाणीकरण व उत्पादन अनुकूलता यातील फरक स्पष्ट करा. (०८)
- ब) आंतरराष्ट्रीय स्थान स्थितीची व्याख्या देऊन स्थान स्थिती मध्ये वापरले जाणारे दृष्टिकोन सांगा. (०८)

### विभाग - २

प्र.३ आंतरराष्ट्रीय मूल्याधिष्ठित ध्येय धोरणे यांची सविस्तर चर्चा करा. (१६)

#### किंवा

- अ) जनसंपर्काची प्रक्रिया आणि कार्ये वर्णन करा. (०८)
- ब) प्रतिनिधी आणि वितरक यांच्या निवडीची कार्यपध्दती विशद करा. (०८)

प्र.४ आंतरराष्ट्रीय विपणन निर्णय वृद्धी संकल्पना सविस्तर वर्णन करा. (१६)

#### किंवा

- अ) माहिती तंत्रज्ञानाचा आंतरराष्ट्रीय विपणनावर पडणारा प्रभाव सांगा. (०८)
- ब) आंतरराष्ट्रीय विपणनातील वैयक्तिक विक्री म्हणजे काय ते सांगा. (०८)

प्र.५ खालीलपैकी कोणत्याही चारवर टीपा लिहा. (१६)

- अ) आंतरराष्ट्रीय वाहिनी निवड निर्णय
- ब) जागतिक व्यापार संघटना
- क) आंतरराष्ट्रीय जाहिरात कला
- ड) आंतरराष्ट्रीय विपणनातील नैतिक व सामाजिक बाबी
- इ) जागतिक परिवहन निर्णय
- फ) आंतरराष्ट्रीय विपणन कार्ये