

M.Com Semester - 4 (CBCS) Examination
March/April-2026 (As Per Syllabus Year June-2024)
International Marketing(Ele-1 (New-23))

Time: 2:30 Hours

Marks:70

Instructions:

1. All questions are compulsory.
2. Figures to the right indicate marks.

પ્રશ્ન-૧ આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ માહિતી પ્રણાલી (IMIS) શું છે? આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગના ફાયદા અને પડકારો શું છે? (૨૦)

અથવા

પ્રશ્ન-૧ નિકાસને વ્યાખ્યાયિત કરો. તેના ફાયદા અને ગેરફાયદા સમજાવો. પ્રત્યક્ષ અને પરોક્ષ નિકાસ વચ્ચે તફાવત કરો. નિકાસમાં કયા જોખમો સામેલ છે?

પ્રશ્ન-૨ વિદેશી બજારોમાં ગ્રાહક ખરીદી વર્તનને પ્રભાવિત કરવામાં લેબલિંગની ભૂમિકા સમજાવો. (૨૦)

અથવા

પ્રશ્ન-૨ ઉત્પાદન માનકીકરણ શું છે? આંતરરાષ્ટ્રીય બજારોમાં તેના ફાયદા અને ગેરફાયદાની ચર્ચા કરો.

પ્રશ્ન-૩ આંતરરાષ્ટ્રીય વિતરણ ચેનલો પર વૈશ્વિકરણ અને ઈ-કોમર્સની અસરનું પરીક્ષણ કરો. (૧૫)

અથવા

પ્રશ્ન-૩ આંતરરાષ્ટ્રીય ચેનલ વ્યૂહરચના અને લોજિસ્ટિક્સ મેનેજમેન્ટ વચ્ચેના સંબંધની ચર્ચા કરો. “કાર્યક્ષમ લોજિસ્ટિક્સ મેનેજમેન્ટ સફળ આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગનો આધાર છે.” ચર્ચા કરો.

પ્રશ્ન-૪ આંતરરાષ્ટ્રીય બજારોમાં અસરકારક સંદેશાવ્યવહારમાં અવરોધો સમજાવો. તેમને દૂર કરવા માટે પગલાં સૂચવો. (૧૫)

અથવા

પ્રશ્ન-૪ આંતરરાષ્ટ્રીય જાહેરાત ઝુંબેશ ડિઝાઇન કરતી વખતે કયા પરિબલો ધ્યાનમાં લેવા જોઈએ?

ENGLISH VERSION

Que. 1 What is an International Marketing Information System (IMIS)? What are the benefits and challenges of international marketing? (20)

OR

Que. 1 Define exporting. Explain its advantages and disadvantages. Differentiate between direct and indirect exporting. What are the risks involved in exporting?

Que. 2 Explain the role of labeling in influencing consumer buying behavior in foreign markets. (20)

OR

Que. 2 What is product standardization? Discuss its advantages and disadvantages in international markets.

Que. 3 Examine the impact of globalization and e-commerce on international distribution channels. (15)

OR

Que. 3 Discuss the relationship between international channel strategy and logistics management. “Efficient logistics management is the backbone of successful international marketing.” Discuss.

Que. 4 Explain the barriers to effective communication in international markets. Suggest measures to overcome them. (15)

OR

Que. 4 What factors should be considered while designing international advertising campaigns?
