

**M.Com. (Part - II)**  
**-: Management Group :-**  
**International Marketing**  
**(Paper-IV)**  
**{April – 2016}**

QP Code : 24485

(3 Hours)

[ Total Marks : 100

- N.B. : (1) Q.1 is compulsory.  
(2) From the remaining, answer any FOUR questions.  
(3) Figures to the right indicate full marks.

1. Explain the following terms (any four): 20
  - (a) SAARC
  - (b) Foreign collaboration
  - (c) Economic environment
  - (d) Advertising
  - (e) Star Export House
  - (f) Bill of lading
  - (g) SEZ's
2. Discuss the features and challenges in the International Marketing. 20
3. Explain in detail the Tariff and non-Tariff barrier in International Trade. 20
4. Discuss the International Technological Environment and explain the role of WTO in regulating world trade. 20
5. Elucidate the export procedure for Pre-shipment and write a note on e-marketing in the international trade. 20
6. Describe the role of the following documents. 20
  - a) Certificate of origin
  - b) Commercial invoice
7. **Case Study:**  
Raman and Laxman designed and started manufacturing a kitchen cooking device for Indian household. This device is also popularly known as 'Roti maker' which is useful, easy and quick to make roti. They designed this Roti maker with appealing features and user-friendly to capture domestic market.

In domestic market, they targeted working women to make easy roti. Within a year, this device became popular in India. To promote, Roti maker they adopted direct selling which is to avoid distributor and dealer cost and keep reasonable price as compared to competitors. Now Raman and Laxman wanted to expand their market internationally.

- (a) Suggest the mode of entry to Raman and Laxman in international market. 10
- (b) What are the factors to be determined in the selection of international overseas market? Explain. 10

(मराठी रूपांतर)

(३ तास)

एकूण गुण : १००

- सूचना : (१) प्रश्न क्र.१ अनिवार्य आहे.  
 (२) उर्वरीत प्रश्नापैकी कोणतेही चार प्रश्न सोडवा.  
 (३) उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.  
 (४) इंग्रजी प्रश्न मूळ मानावेत.

१. खालील संकल्पना स्पष्ट करा. (कोणत्याही चार):

२०

- (अ) सार्क
- (ब) विदेशी सहकार्य
- (क) आर्थिक वातावरण
- (ड) जाहिरात
- (इ) तारांकित निर्यात घर
- (फ) जहाज भरणा माल यादी
- (ग) सेझ (SEZs)

२. आंतरराष्ट्रीय विपणनाची वैशिष्ट्ये आणि आव्हानांची चर्चा करा.

२०

३. आंतरराष्ट्रीय व्यापारातील जकाती आणि बिन जकाती अडथळे सविस्तर स्पष्ट करा.

२०

४. आंतरराष्ट्रीय तांत्रिक वातावरणाची चर्चा करा आणि जागतिक व्यापार नियमनातील जागतिक व्यापार संघटनेची भूमिका स्पष्ट करा. २०
५. पूर्व-जहाजभरणाची निर्यात पध्दतीचे स्पष्टीकरण द्या आणि आंतरराष्ट्रीय व्यापारातील ई-विपणनावर टिप लिहा. २०
६. आंतरराष्ट्रीय व्यापारातील खालील दस्तऐवजांच्या भूमिकेचे वर्णन करा. २०  
(अ) मूल प्रमाणपत्र (ब) व्यापारी बिले

७. वस्तूनिष्ठ अभ्यास:

रमण आणि लक्ष्मण यांनी भारतीय घरांसाठी स्वयंपाक गृहातील जेवण बनविण्याचे साहित्य रेखाकृत आणि उत्पादन करण्याचे सुरु केले आहे. या उपकरणांना लोकप्रियतेने रोटीमेकर असे म्हटले जाते. ते स्वस्त आणि लवकर रोटी बनविण्यासाठी उपयुक्त आहे. त्यांनी हे रोटीमेकर घरगुती विपणी व्याप्त करण्यासाठी उत्कृष्ट वैज्ञानिकांसह वापर करण्यासाठी सोपे असेच बनविले आहे. घरगुती विपणीत त्यांनी नौकरी करणाऱ्या स्त्रिया आणि अश्या व्यक्ती ज्यांना सहजरित्या रोटी बनविण्याची इच्छा आहे त्यांना लक्ष्य केले आहे. एका वर्षात भारतात हे उपकरण लोकप्रिय झाले. रोटीमेकर वृद्धिंगत करण्यासाठी त्यांनी सरळ विक्रयाचा स्विकार केला ज्यामुळे वितरण आणि वितरकांचा खर्च कमी झाला. ही वितरण व्यूहरचना त्यांना स्पर्धकांच्या तुलनेत कमी किंमत ठेवण्यास मदत करते. आता रमण आणि लक्ष्मण यांना त्यांची विपणी आंतरराष्ट्रीय स्तरावर विस्तारित करायची आहे.

प्रश्न:

- १) आंतरराष्ट्रीय विपणीत रमण आणि लक्ष्मण ला शिरकाव करण्याच्या पध्दती सूचवा. १०
- २) आंतरराष्ट्रीय विपणीची निवड करतांना कोणते घटक विचारात घेतले जातात? स्पष्ट करा. १०

-----