

This question paper contains 16+2 printed pages]

Your Roll No

आपका अनुक्रमांक

6481

M.Com /II

J

Course 443—INTERNATIONAL MARKETING—I

(Old Course)

(Admission of 2004 onwards)

Time 3 Hours

Maximum Marks 75

समय . 3 घण्टे

पूर्णांक : 75

(Write your Roll No on the top immediately on receipt of this question paper)

(इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।)

Note — The maximum marks printed on the question paper are applicable for the candidates registered with the School of Open Learning. These marks will, however, be scaled down proportionately in respect of the students of regular colleges, at the time of posting of awards for compilation of result.

Note — Answers may be written *either* in English or in Hindi, but the same medium should be used throughout the paper.

इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिन्दी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

P T O

Attempt All questions

All questions carry equal marks

Attempt all the parts of a question at one place

Extra credit will be given for precise and

to-the-point answers

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिये ।

सभी प्रश्नों के अंक समान हैं ।

प्रश्न के सभी भाग एक ही स्थान पर कीजिए ।

यथातथ्य एवं सुनिर्दिष्ट उत्तरों के लिए अतिरिक्त

श्रेय मिलेगा ।

- 1 State 'True' or 'False' and give a brief justification for your answer (any five) 3×5

(a) Importers prefer FOB (free on board) price quote to CIF (cost, insurance and freight) price quote

(b) Global advertising should be more verbal than visual

- (c) International trade minimizes the probability of inflation
- (d) The non-verbal part of the message carries most of the information in high context culture
- (e) A vertical trade show exhibits a wide variety of unrelated products
- (f) Gray marketing is illegal in every country

बताइए कि क्या निम्नलिखित सत्य हैं अथवा असत्य । अपने उत्तर का संक्षेप में औचित्य सिद्ध कीजिए (कोई पाँच कीजिए) :

- (क) आयातकर्ता लागत, बीमा और भाडे की अपेक्षा जहाज तक निःशुल्क कीमत बताना पसंद करते हैं ।
- (ख) वैश्विक विज्ञापन दृश्य की अपेक्षा अधिक शाब्दिक होना चाहिए ।
- (ग) अंतर्राष्ट्रीय व्यापार स्फीति की प्रायिकता को न्यूनतम करता है ।

(घ) उच्च सदर्भी संस्कृति मे संदेश का अशाब्दिक भाग अधिकांश सूचना अभिव्यक्त करता है ।

(ङ) ऊर्ध्वस्तर व्यापार असंबद्ध उत्पादों की व्यापक विविधता को प्रदर्शित करता है ।

(च) अलभ्य वस्तु विपणन प्रत्येक देश में अवैध है ।

2 Distinguish between any *three* of the following 5×3

(a) Domestic marketing and international marketing

(b) Tariff and non-tariff barriers

(c) Export Management Company (MMC) and Export Merchant

(d) Free trade area and economic union

निम्नलिखित मे से किन्हीं **तीन** में विभेद कीजिए :

(क) देशीय विपणन और अंतर्राष्ट्रीय विपणन

(ख) टैरिफ और टैरिफेतर रोध

- (ग) निर्यात प्रबन्ध कंपनी और निर्यात व्यापारी
- (घ) मुक्त व्यापार क्षेत्र और आर्थिक सघ ।
- 3 (a) Why is a host country not always receptive to a foreign firms' investment in local production facilities ? Discuss in the light of its political, economic, and socio-cultural impact 9
- (b) Why international marketing research is often considered as more complex and challenging ? 6
- (क) आतिथेयी देश विदेशी फर्मों के स्थानीय उत्पादन सुविधाओं में निवेश के प्रति सदा ग्राही क्यों नहीं होता है ? इसके राजनीतिक, आर्थिक और समाज-सांस्कृतिक प्रभाव को ध्यान में रखते हुए विवेचन कीजिए ।
- (ख) अंतर्राष्ट्रीय विपणन अनुसंधान को प्रायः क्यों अधिक जटिल और चुनौतीपूर्ण समझा जाता है ?

Or

(अथवा)

- (c) What is EPRG framework ? How does it help understand the orientation of the marketer towards marketplace ? 9
- (d) Do the concepts of time, gift and colour vary from culture to culture ? Discuss in the light of their impact on marketing practices 6
- (ग) EPRG ढाँचे से क्या तात्पर्य है ? यह मंडी क्षेत्र के प्रति विक्रेता के अभिविन्यास को समझने में किस प्रकार सहायक होता है ।
- (घ) क्या समय, उपहार और रंग की संकल्पनाएँ एक संस्कृति से दूसरी संस्कृति में बदल जाती हैं ? विपणन रीतियों पर उनके प्रभाव को ध्यान में रखते हुए विवेचन कीजिए ।

4 Attempt any *three*

5×3

- (1) What is marginal costing ? How do the implications of this pricing method vary in domestic and international marketing ?
- (2) What is the difference between direct and indirect channels of selling goods in overseas market ?
- (3) Present the arguments and cases for each of the three school of thoughts for advertising in international marketing—standardization, adaptation, and compromise
- (4) What is the country of origin effect and what are its marketing implications ?
- (5) What are the challenges associated with advertising through (1) TV and (2) Radio in different nations ? Cite specific cases .

P T O

कोई **तीन** कीजिए

- (1) सीमांत लागत-निर्धारण से क्या तात्पर्य है ? कीमत निर्धारण की इस प्रणाली के निहितार्थ देशीय और अंतर्राष्ट्रीय विपणन में क्यों भिन्न होते हैं ?
- (2) समुद्र पार बाजार में वस्तु-विक्रय के प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष माध्यमों में क्या अंतर होता है ?
- (3) अंतर्राष्ट्रीय विपणन में विज्ञापन की तीन विचारधाराओं—मानकीकरण, अनुकूलन और मध्यममार्ग में से प्रत्येक के लिए तर्क और केस प्रस्तुत कीजिए ।
- (4) उद्गम देश प्रभाव क्या होता है और इसके विपणन निहितार्थ क्या हैं ?
- (5) विभिन्न राष्ट्रों में (1) टी वी और (2) रेडियो के माध्यम से विज्ञापन के साथ जुड़ी हुई चुनौतियाँ क्या हैं ? विशिष्ट मामले उद्धृत कीजिए ।

- 5 (a) Explain the theory of IPLC (International Product Life Cycle) Does it apply at industry or at product level ? Evaluate the relevance of the concept to the (1) bicycles (2) generic pharmaceutical products 9
- (b) Discuss the conditions that favour marketing of a standardised product across foreign markets 6
- (क) अंतर्राष्ट्रीय उत्पाद जीवन काल के सिद्धांत को स्पष्ट कीजिए । क्या यह उद्योग स्तर पर लागू होता है अथवा उत्पाद स्तर पर ? इस सकल्पना की (1) बाइसिकल (2) प्रजातिगत औषधीय उत्पादों के संबंध में प्रासंगिकता का मूल्यांकन कीजिए ।
- (ख) उन स्थितियों का विवेचन कीजिए जो विदेशी बाजारों में मानकीकृत उत्पाद के विपणन के लिए अनुकूल होती हैं ।

Or

(अथवा)

Indian Oil Corporation (IOC) is the largest commercial undertaking in India and the only Indian company in Fortune magazine's 'Global 500 Listing'. As part of its internationalization strategy, it has entered foreign markets by different modes

Exporting

IOC exports Servo-lubricant and other petroleum products to a number of overseas markets including Bangladesh and Sri Lanka

Turnkey Projects

In Oct 2002, IOC set up a wholly owned subsidiary M/s Indian Oil Tanking Ltd, Mauritius, to construct a port oil terminal on a turnkey basis at Mer Rouge

Strategic Alliance

For providing aviation fuel and refueling facilities at SSR international airport in Mauritius Indian Oil Mauritius Ltd (IOML) has forged a strategic alliance with existing players, such as Shell, Caltex, and ESSO

Joint venture

IOC is also negotiating with Caltex to enter into a joint venture for installing a bottling plant and also for marketing LPG under a common brand name 'Mauri gas' in Mauritius

Wholly owned Subsidiaries

IOC has set up a wholly owned subsidiary in Mauritius—Indian Oil Mauritius Ltd (IOML) with a huge projected investment. The company is setting up a state-of-the-art bulk storage terminal

at Mer Rouge to stock 24,000 metric tons of vital petroleum products, auxiliary and bunkering facilities, and 25 modern petrol (and gas) stations IOML is also in the process of building infrastructure for storage, bottling, and distribution of Indane and LPG It is also planning to market its Servo lubricant in Mauritius

Besides IOC has also formed a wholly owned subsidiary in Sri Lanka—Lanka IOC Pvt Ltd (LIOC) LIOC acquired 100 retail outlets owned by the Ceylon Petroleum Corporation in February 2003 It is the only private company, besides state owned Ceylone Petroleum Corporation (CPC), to operate retail petrol stations in Sri Lanka Besides building and operating storage facilities at Trincomalee Tank Farm LIOC is also involved in bulk supply to industrial consumers

In order to facilitate the operations of LIOC, the government of Sri Lanka has extended the following concessions

- (a) A tripartite agreement signed between the Sri Lankan government, CPC, and LIOC guarantees that only three retail players (including CPC and LIOC) will operate in the Sri Lankan market for the next five years
- (b) LIOC has also been allowed income tax exemption for 10 years from the date of operations and a concessional tax of 15% thereafter against the prevailing rate of 35%
- (c) LIOC has also been granted customs duty exemption for import of project related plant, machinery, and equipment during the project implementation period of five years, besides free transfer of dividend/income to India

As a strategic perspective, IOC is moving towards globalizing its markets

- (c) Identify the main reasons behind IOC's expansion into global markets 5
- (d) IOC has adapted a mix of entry modes for approaching international markets. Critically evaluate the factors affecting IOC's selection of these entry modes 5
- (e) In view of the emerging economic and political scenario, evaluate IOC's entry into Sri Lanka as wholly owned subsidiary 5

भारतीय तेल निगम (आई ओ सी) भारत का सबसे बड़ा वाणिज्यिक उपक्रम है और फॉरच्यून पत्रिका में "वैश्विक 500 की सूची में" एकमात्र भारतीय कंपनी है। अपनी अंतर्राष्ट्रीयकरण की रणनीति के अतिरिक्त उसने विदेशी बाजारों में विभिन्न रीतियों से प्रवेश किया है :

निर्यात :

आई ओ सी बंगलादेश और श्रीलंका सहित अनेक समुद्र पार बाजारों में सर्वो-लुब्रिकेन्ट और अन्य पेट्रोलियम उत्पादों का निर्यात करती है।

दायित्वपूर्ण परियोजनाएँ :

अक्टूबर 2002 में आई ओ सी ने एक पूर्ण स्वामित्व सहायक कंपनी—मैसर्स इंडियन आयल टैंकिंग लि , मारीशस स्थापित की, जो मर रूज पर पत्तन-तेल टर्मिनल का टर्न-की आधार पर निर्माण करेगी ।

रणनीतिक गठजोड़ :

मारीशस में एस एस आर अंतर्राष्ट्रीय विमानपत्तन पर हवाई ईंधन और ईंधन-पुनर्भरण सुविधाएँ प्रदान करने के लिए इंडियन आयल मारीशस लि ने शैल, कॉल टैक्स और इसे जैसे विद्यमान प्रदायकों के साथ रणनीतिक गठजोड़ किया है ।

संयुक्त उद्यम :

आई ओ सी मारीशस में कॉल टैक्स के साथ कूपीभरण संयंत्र लगाने और 'मॉरी गैस' के सामान्य ब्राड नाम के अंतर्गत एल.पी जी के विपणन के लिए भी एक संयुक्त उद्यम बनाने के संबंध में बातचीत कर रही है ।

पूर्ण स्वामित्व वाली सहायक कंपनियाँ :

आई. ओ. सी. ने मारीशस में इंडियन आयल मारीशस लि (आई ओ एम एल) नाम से एक पूर्ण स्वामित्व वाली सहायक कंपनी स्थापित की है जिसका विपुल परियोजित निवेश है। कंपनी मर रूज में महत्वपूर्ण पेट्रोलियम उत्पादों के 24,000 मीट्रिक टन के भंडारण के लिए, सहायक और ईंधन डालने की सुविधाओं और 25 आधुनिक पेट्रोल (और गैस) स्टेशनों के लिए विशाल भंडारण टर्मिनल की स्थापना कर रही है। आई.ओ.एम.एल. इंडेन और एल पी जी के भंडारण, कूपीभरण और वितरण के लिए आधारिक संरचना के निर्माण की प्रक्रिया में भी लगी हुई है। यह मारीशस में सर्वो-लुब्रिकेन्ट के विपणन की योजना भी बना रही है।

इसके अतिरिक्त आई ओ सी. ने श्रीलंका में भी एक पूर्ण स्वामित्व वाली सहायक कंपनी—लंका आई ओ सी प्राइवेट लि (एल आई ओ सी) बनाई है। एल आई ओ सी ने फरवरी 2003 में सिलोन पेट्रोलियम कॉरपोरेशन के स्वामित्व वाले 100 विक्रय केन्द्रों का अभिग्रहण किया।

यह राज्य स्वामित्व वाले सिलोन पेट्रोलियम कॉरपोरेशन (सी पी सी) के अतिरिक्त एकमात्र प्राइवेट कंपनी है जो श्रीलंका में खुदरा पेट्रोल स्टेशन परिचालित कर रही है। त्रिनकॉमली टैंक फार्म में भंडारण सुविधाओं के निर्माण और परिचालन के अतिरिक्त एल आई. ओ सी औद्योगिक उपभोक्ताओं को बहुमात्रा पूर्ति भी कर रही है।

एल आई ओ सी के प्रचालनों को सुकर बनाने के लिए श्रीलंका की सरकार ने निम्नलिखित रियायतें दी हैं :

- (क) श्रीलंका सरकार, सी.पी.सी और एल आई.ओ सी के बीच हस्ताक्षरित एक त्रिपक्षीय करार के अंतर्गत गारंटी दी गई है कि अगले पाँच वर्षों तक श्रीलंका के बाज़ार में केवल तीन खुदरा विक्रेता (सी पी सी. और एल.आई ओ सी सहित) होंगे।
- (ख) एल आई ओ सी को प्रचालन की तारीख से 10 वर्ष तक के लिए आयकर छूट भी मंजूर की गई है और तत्पश्चात् वर्तमान 35% की दर के स्थान पर 15% रियायती कर देना होगा।

(ग) एल आई ओ सी को लाभांश/आय को भारत अंतरित करने के अतिरिक्त, परियोजना कार्यान्वयन अवधि के पाँच वर्षों के दौरान परियोजना संबंधित संयंत्र, मशीनरी और उपस्कर के आयात पर सीमा शुल्क छूट भी मंजूर की गई है ।

एक रणनीतिक परिप्रेक्ष्य के रूप में आई.ओ.सी. अपने बाजारों के वैश्वीकरण की ओर अग्रसर हो रही है ।

(ग) वैश्विक बाजार में आई.ओ.सी. के विस्तार के मुख्य कारणों का अभिनिर्धारण कीजिए ।

(घ) आई ओ सी. ने अंतर्राष्ट्रीय बाजारों में पदार्पण के लिए मिश्रित प्रवेश-रीति अपनाई है । इन प्रवेश-रीतियों के चयन को प्रभावित करने वाले कारकों का आलोचनात्मक मूल्यांकन कीजिए ।

(ङ) उभरते हुए आर्थिक और राजनीतिक परिदृश्य को देखते हुए पूर्णतः स्वामित्व वाली सहायक कंपनी के रूप में श्रीलंका में आई ओ.सी. के प्रवेश का मूल्यांकन कीजिए ।