

PG-234

MCO-23

**M.Com. DEGREE EXAMINATION –
JUNE 2009.**

(AY 2004–05 batch onwards)

Second Year

Commerce

INTERNATIONAL MARKETING

Time : 3 hours

Maximum marks : 75

PART A — (3 × 5 = 15 marks)

Answer any **THREE** questions.

All questions carry equal marks.

1. Define International Marketing and briefly explain its scope.

பன்னாட்டு சந்தையியலின் இலக்கணம் எழுதி மேலும் அதன் பரப்பெல்லையைச் சுருக்கமாக விவரி.

2. What do you understand by 'Special Economic Zones'?

'சிறப்பு பொருளாதார மண்டலங்கள்' பற்றி நீவிர் அறிவது யாது?

3. Write a note on cultural environment and global marketing.

கலாச்சார சூழல் மற்றும் உலக சந்தையியல் பற்றி ஒரு குறிப்பு எழுதுக.

4. What are the objectives of International Pricing?

பன்னாட்டு விலையிடுதலின் நோக்கங்கள் யாவை?

5. What is International Marketing Research?

பன்னாட்டு சந்தையியல் ஆராய்ச்சி என்றால் என்ன?

PART B — (4 × 15 = 60 marks)

Answer any FOUR questions.

All questions carry equal marks.

6. “International Marketing has become indispensable in the economic development of a developing country” – Explain this statement in the context of Indian situation.

“பன்னாட்டு அங்காடியியல் ஒரு வளர்ந்து வரும் நாட்டின் பொருளாதார மேம்பாட்டிற்கு மிகவும் இன்றியமையாததாகும்”. –இவ்வறிக்கையை இந்திய சூழ்நிலைக்கேற்ப விவரிக்கவும்.

7. Explain the role of World Trade Organisation in International Trade.

பன்னாட்டு வணிகத்தில் உலக வர்த்தக நிறுவனத்தின் பங்கினை விவரி.

8. Discuss the role of legal environment in global marketing.

உலக சந்தையியலில் சட்ட சூழ்நிலைகளின் பங்கினை விவரி.

9. Explain the promotional measures announced in the latest Export Import Policy.

சமீபத்திய ஏற்றுமதி இறக்குமதி கொள்கையில் அறிவிக்கப்பட்ட மேம்பாட்டு நடவடிக்கைகளை விவரி.

10. Explain the procedure involved in exporting goods from India.

இந்தியாவிலிருந்து பொருட்களை ஏற்றுமதி செய்வதற்கான வழிமுறைகளை விளக்குக.

11. Explain the role of advertising media in International Marketing.

பன்னாட்டு சந்தையியலில் விளம்பரத் தகவல் தொடர்பு சாதனங்களின் (ஊடகங்களின்) பங்கினை விவரி.

12. Discuss the various steps involved in International Marketing Research.

பன்னாட்டு சந்தையியல் ஆராய்ச்சியிலுள்ள பல்வேறு படிகளை விவரி.