

THEORY PAPER

Part A Introduction			
Program: Honours / Research	Class : B.Com.	Year: IV	Session: 2024-25
Subject: Advertising Sales promotion and Management			
1	Course Code	M4-ASPM2D	
2	Course Title	Globalization and International Marketing	
3	Course Type (Core Course/ Discipline Specific Elective/)	Discipline Specific Elective - II	
4	Pre-requisite	To study this course, a student must have had this subject in Degree.	
5	Course Learning outcomes (CLO)	On successful completion of this course, the students will be able to: <ol style="list-style-type: none"> 1. Understand Globalization and International Marketing 2. Pricing and its factors in Foreign Trade 3. Payment Policy of International Marketing 4. Role of Export credit 	
6	Credit Value	4	
7	Total Marks	Max. Marks: 30 + 70	Min. Passing Marks: 35
Part B- Content of the Course			
Total No. of Lectures- 60 (in 2 hours per week):			
Units	Topics		No. of Lectures
I	Globalization and International Marketing: Meaning. Scope Environment Nature and Significance International Marketing, Internal and External Environment. International market: orientation, Identification and selection of foreign market, Functions and Qualities of an Export Manager.		12
II	Export Organization: Meaning, Affecting Factors and types, Overseas Product development – concepts and methods, Pricing and its factors, Methods of pricing, Price Quotations.		12
III	Direct and Indirect Trading: Meaning and methods of Payment in International Marketing.		12
IV	Export Credit: Meaning, Nature, Influencing factors and significance, Methods of Export Credit, Export credit and finance in India, Risk in export trade, Role of Export credit guarantee corporation of India Limited. The Export - import Bank of India.		12
V	Export and import Procedure: Documentations in foreign trade, Bilateral and multilateral trade agreements – its meaning, Objective, Types and Significance SAARC, Role of WTO in foreign trade.		12
Keywords/Tags: Globalization , foreign market, Export Credit, SAARC, WTO.			

Part C-Learning Resources

Text Books, Reference Books, Other resources

Suggested Readings:

- 1- Philip RCateor aandJohn L Graham, International Marketing_IrwinMcGrawHill1999.
 - 2 KotabeM,HelsenK.“GlobalMarketingManagement” Wiley,Jhon&Sons,Inc
 - 3 NargundkarRajendra“InternationalMarketing”ExcelBooks
 - 4 JoshiRakeshMohan“InternationalMarketing”OxfordUniversityPress
2. Suggestive digital platforms/ web links

[https://www.ifheindia.org/dlp/selflearningmaterial2021/Book/5.1%20International%20Marketing%20Block%](https://www.ifheindia.org/dlp/selflearningmaterial2021/Book/5.1%20International%20Marketing%20Block%20)

<https://thinkib.net/businessmanagement/page/23796/implications-of-globalization-on-international-marketing>

Suggested equivalent online courses:

Part D-Assessment and Evaluation

Suggested Continuous Evaluation Methods:

Maximum Marks : 100

Continuous Comprehensive Evaluation (CCE) : 30 Marks University Exam (UE): 70 Marks

Internal Assessment : Continuous Comprehensive Evaluation (CCE)	Class Test Assignment/Presentation	30
External Assessment : University Exam Section Time : 03.00 Hours	Section(A) : Very Short Questions Section (B) : Short Questions Section (C) : Long Questions	70

Any remarks/ suggestions:

सैद्धांतिक प्रश्नपत्र

भाग अ - परिचय			
कार्यक्रम: ऑनर्स /शोध	कक्षा : बी. कॉम.	वर्ष: चतुर्थ	सत्र: 2024-25
विषय: विज्ञापन, विक्रय संवर्धन और प्रबंधन			
1	पाठ्यक्रम का कोड	M4-ASPM2D	
2	पाठ्यक्रम का शीर्षक	भूमण्डलीकरण एवं अन्तर्राष्ट्रीय विपणन	
3	पाठ्यक्रम का प्रकार :(कोर कोर्स/ डिसिप्लिन स्पेसिफिक इलेक्टिव	डिसिप्लिन स्पेसिफिक इलेक्टिव - II	
4	पूर्वापेक्षा (Prerequisite)	इस कोर्स का अध्ययन करने के लिए, छात्र ने विषय का अध्ययन डिप्लोमा में किया हो। सभी के लिए उपलब्ध	
5	पाठ्यक्रम अध्ययन की परिलब्धियां (कोर्स लर्निंग आउटकम) (CLO)	इस पाठ्यक्रम के सफल समापन पर, विद्यार्थी निम्न में सक्षम होंगे: <ol style="list-style-type: none"> 1. वैश्वीकरण और अंतर्राष्ट्रीय विपणन को समझें 2. विदेशी व्यापार में मूल्य निर्धारण और उसके कारक 3. अंतर्राष्ट्रीय विपणन की भुगतान नीति 4. निर्यात साख की भूमिका 	
6	क्रेडिट मान	4	
7	कुल अंक	अधिकतम अंक: 30+70	न्यूनतम उत्तीर्ण अंक: 35
भाग ब- पाठ्यक्रम की विषयवस्तु			
व्याख्यान की कुल संख्या- 60 (प्रति 2 सप्ताह घंटे में)			
इकाई	विषय	व्याख्यान की संख्या	
I	भूमंडलीकरण एवं अन्तर्राष्ट्रीय विपणन: अर्थ, क्षेत्र, अन्तर्राष्ट्रीय बाजार - प्रकृति, महत्व। अन्तर्राष्ट्रीय विपणन वातावरण - आंतरिक एवं ब्राह्म वातावरण। अन्तर्राष्ट्रीय विपणन का चयन और परिचय और उन्मुखीकरण। निर्यात प्रबंधक के गुण एवं कार्य।	12	
II	निर्यात संगठन ; अर्थ, प्रभावित करने वाले घटक और प्रकार। समुद्रपारीय उत्पाद विकास; इसकी अवधारणाएं एवं विधियां। मूल्य निर्धारण व इसके घटका। मूल्य निर्धारण की विधियां, मूल्य निविदाएं।	12	
III	प्रत्यक्ष व अप्रत्यक्ष व्यापार; अर्थ, विधियां, अन्तर्राष्ट्रीय बाजार में भुगतान की विधियां।	12	
IV	निर्यात साख : अर्थ, प्रकृति, महत्व और प्रभावित करने वाले घटका। निर्यात साख की विधियां। भारत में निर्यात साख व वित्त। निर्यात व्यापार में जोखिम। निर्यात साख गारन्टी कारपोरेशन लिमिटेड की भूमिका। भारत का आयात -निर्यात बैंक।	12	

V	निर्यात - आयात प्रविधि ; विदेशी बाजार में प्रपत्रीकरण। द्विपक्षीय एवं बहुपक्षीय व्यापार। समझोते- अर्थ, उद्देश्य , प्रकार व महत्व। साउथ एशिया एसोशिएशन आफ रीजनल कारपोरेशन, (सार्क) और विश्व व्यापार संगठन (डब्ल्यू टी ओ) की भूमिका।	12
सार बिंदु (की बर्ड)/टैग: भूमंडलीकरण, सार्क. डब्ल्यू टी ओ, निर्यात साख, आयात -निर्यात बैंक।		
भाग स- अनुशंसित अध्ययन संसाधन		
पाठ्य पुस्तकें, संदर्भ पुस्तकें, अन्य संसाधन		
<p>अनुशंसित सहायक पुस्तकें /ग्रन्थ/अन्य पाठ्य संसाधन/पाठ्य सामग्री:</p> <ol style="list-style-type: none"> हिन्दी ग्रंथ अकादमी द्वारा प्रकाशित पुस्तक सहाय आर एस - अन्तर्राष्ट्रीय विपणन - एस बी पी डी 2022 जैन एस सी - अन्तर्राष्ट्रीय विपणन - साहित्य भवन, आगरा 2020 <p>2. अनुशंसित डिजिटल प्लेटफॉर्म /वेब लिंक</p> <p>https://www.ifheindia.org/dlp/selflearningmaterial2021/Book/5.1%20International%20Marketing%20Block%</p> <p>https://thinkib.net/businessmanagement/page/23796/implications-of-globalization-on-international-marketing</p>		
अनुशंसित समकक्ष ऑनलाइन पाठ्यक्रम:		
भाग द - अनुशंसित मूल्यांकन विधियां:		
अनुशंसित सतत मूल्यांकन विधियां:		
अधिकतम अंक: 100		
सतत व्यापक मूल्यांकन (CCE) अंक : 30 विश्वविद्यालयीन परीक्षा (UE) अंक: 70		
आंतरिक मूल्यांकन:	क्लास टेस्ट	30
सतत व्यापक मूल्यांकन (CCE):	असाइनमेंट/ प्रस्तुतीकरण (प्रेजेंटेशन)	
आकलन :	अनुभाग (अ): अति लघु प्रश्न	
विश्वविद्यालयीन परीक्षा:	अनुभाग (ब): लघु प्रश्न	70
समय- 03.00 घंटे	अनुभाग (स): दीर्घ उत्तरीय प्रश्न	
कोई टिप्पणी/सुझाव:		