

**B.COM. FINAL (Examination 2024)**

**Group III PAPER I**

**INTERNATIONAL MARKETING**

Unit 1 : Introduction to International Marketing : Nature and significance. Complexities in international marketing : Transition from domestic to transnational marketing :International market orientation - EPRG framework ; International market entry strategies.

International Marketing Environment: Internal environment; External environment geographical, demographic, economic, socio-cultural, political and legal environment; Impact of environment on international marketing decisions.

Unit 2 : Foreign Market Selection : Global Market segmentation; Selection of foreign markets; International positioning.

Product Decisions : Product planning for global markets; Standardisation Vs. Product adaptation ; New product development; Management of international brands ; Packaging and labeling; Provision of sales related services.

Unit 3 : Pricing Decisions : Environmental influences on pricing decision; International pricing policies and strategies.

Promotion Decisions: Complexities and issues; International advertising, personal selling, sales promotion and public relation.

Unit 4 : Distribution Channels and Logistics : Functions and types of Channels : Channel selection decisions : Selection of Foreign distributors/agents and managing relations with them; International logistics decisions.

International Marketing Planning, Organizing and Control : Issues in International marketing planning : International Marketing Information System : Organizing and controlling : International marketing operations.

Unit 5 : Emerging issues and developments in international marketing; Ethical and Social issues :International Marketing of services: Informationtechnology and International marketing Impact of globalization : WTO



बंटिंग (Bunting) के अनुसार, "व्यावसायिक नीतिशास्त्र व्यावसायिक समाज में प्रचलित मूल्यों के सजग परीक्षण से सम्बन्धित है। यह एक ऐसा दर्शन है जो सदैव परिवर्तित होता रहता है।"

उपर्युक्त परिभाषाओं के आधार पर निष्कर्ष रूप में यह कहा जा सकता है कि 'व्यावसायिक नीतिशास्त्र व्यावसायिक क्रिया-कलापों एवं निर्णयों में उसके कर्तव्य एवं आचरण से सम्बन्धित है जो यह बताता है कि क्या सही है और क्या गलत है, क्या उचित है और क्या अनुचित है और क्या अनैतिक है और क्या अनैतिक है ?

**व्यावसायिक नीतिशास्त्र की मान्यताएँ (Assumptions of Business Ethics) :** व्यावसायिक नीतिशास्त्र कुछ मान्यताओं पर आधारित है। उपर्युक्त वर्णित परिभाषाओं के विवेचन के आधार पर निम्न आधारभूत मान्यताएँ ज्ञात होती हैं-

(1) व्यावसायिक नीतिशास्त्र एक गतिशील दर्शन (Dynamic philosophy) है जिसमें निरन्तर परिवर्तन होता रहता है। नैतिकता के मानदण्ड प्रत्येक समाज, देश, काल तथा परिस्थिति में पृथक्-पृथक् हो सकते हैं। इतना ही नहीं, एक ही समाज के विभिन्न वर्गों में नैतिकता के स्तर अलग हो सकते हैं और जो बात एक समय में नैतिक मानी जाती है, आने वाले समय में अनैतिक हो सकती है।

(2) व्यावसायिक नीतिशास्त्र भावनाओं से निर्देशित और शासित न होकर सिद्धान्तों से निर्देशित होता है।

(3) कानून व्यावसायिक नीतिशास्त्र के साथ सहव्यस्त नहीं होता है। नीतिशास्त्र का क्षेत्र कानून से भी ज्यादा व्यापक है। इसमें कानूनी व्यवस्थाएँ एवं नैतिक दायित्व दोनों को सम्मिलित किया जाता है। यही कारण है कि एक कार्य कानूनी होते हुए भी नीतिशास्त्र की दृष्टि से गलत हो सकता है।

(4) व्यावसायिक नीतिशास्त्र नैतिकता, नैतिक धर्म, अनुमोदन, अस्वीकृति, कानून आदि का समानार्थी या पर्यायवाची नहीं है अपितु इनसे ज्यादा व्यापक एवं ऊपर है। ये सब नीतिशास्त्र के मार्गदर्शक संकेत अवश्य हैं।

(5) व्यावसायिक नीतिशास्त्र व्यावसायिक समाज में प्रचलित मूल्यों के सजग परीक्षण से सम्बन्धित है। नीतिशास्त्र प्रचलित मूल्यों एवं मानदण्डों को ज्यों-का-त्यों स्वीकार नहीं करता है अपितु उनकी आलोचना एवं सजग परीक्षण के बाद ही उन्हें मान्यता देता है।

(6) इसमें व्यवसाय के नैतिक मानदण्ड सम्मिलित हैं जो विश्वास, ईमानदारी, सद्भावना, चरित्र, नम्रता, मानवता, साधन एवं साध्य की पवित्रता आदि के सजगता पूर्ण परीक्षणों पर आधारित हैं।

(7) व्यावसायिक नीतिशास्त्र कला एवं विज्ञान दोनों हैं। विज्ञान के रूप में इसमें उस समस्त मानवीय ज्ञान के प्रयोग को सम्मिलित किया जाता है जो व्यक्तियों के पारस्परिक सम्बन्धों या उपलब्ध साधनों की उपयुक्तता का ज्ञान करता है। कला के रूप में यह परीक्षण करने, निर्णय लेने, सामाजिक नियन्त्रण एवं व्यक्तिगत विकास के उपकरणों को सम्मिलित करता है। व्हीलर के शब्दों में, "व्यावसायिक नीतिशास्त्र एक ऐसी कला एवं विज्ञान है जो समाज एवं उनके विभिन्न वर्गों एवं संस्थाओं के साथ उचित मधुर सम्बन्ध बनाए रखने और व्यवसायी के आचरण के औचित्य/अनौचित्य द्वारा नैतिक उत्तरदायित्वों को मान्यता देने से सम्बन्धित है।"

(8) व्यावसायिक नीतिशास्त्र में केवल उन्हीं व्यावसायिक निर्णयों को सम्मिलित किया जाता है जिनका मानवीय जीवन पर वर्तमान या भविष्य में प्रभाव हो सकता है। अन्य शब्दों में, इसमें व्यावसायिक आचरण या व्यवहार को, सामाजिक एवं मानवीय सन्दर्भ में नैतिक जिम्मेदारी के आधार पर उचित/अनुचित टहाराया जाता है।

(9) व्यवसाय की दीर्घकालीन सफलता या असफलता का सम्बन्ध निश्चित रूप से व्यावसायिक नीतिशास्त्र को अपनाने या अवहेलना करने पर निर्भर होता है।