



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय  
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)  
**Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya**  
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 414

क्रेडिट्स: 4 क्रेडिट

विषय का नाम: अंतरराष्ट्रीय व्यापार प्रबंधन (Management of International Business)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- अंतरराष्ट्रीय प्रबंधन की मूल अवधारणाओं को समझने में विद्यार्थियों की मदद करना।
- अंतरराष्ट्रीय कारोबारी माहौल में व्यवसाय का प्रबंधन करने में विद्यार्थियों को सक्षम बनाना।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

**इकाई – I: अंतरराष्ट्रीय व्यापार एवं अंतरराष्ट्रीय व्यावसायिक परिवेश (International business and international business environment)**

- अंतरराष्ट्रीय व्यापार का अर्थ, परिभाषा, महत्व एवं विशेषताएँ (Meaning, Definition, Importance and Characteristics of International Business)
- आंतरिक एवं अंतरराष्ट्रीय व्यापार (Internal and International Business)
- अंतरराष्ट्रीय व्यापार की समस्याएँ (Problems of International Business)
- अंतरराष्ट्रीय व्यावसायिक परिवेश एवं इसके अध्ययन की आवश्यकता (International Business Environment and Need of its Study)
- अंतरराष्ट्रीय व्यावसायिक वातावरण के घटक (Components of International Business Environment)
- अंतरराष्ट्रीय संगठन/संस्थाएँ (International Organisations)
- विनिमय दर (Exchange Rate)

**इकाई – II: अंतरराष्ट्रीय व्यापार की वैश्विक रणनीतियाँ एवं भारत की आयात-निर्यात नीति (Global Strategies of International Business and India's Import-Export Policy)**

- अंतरराष्ट्रीय व्यापार में प्रवेश (Entry to International Business)
- व्यापार प्रारूप व निवेश प्रारूप की तुलना (Comparison of Business Format and Investment Format)
- अंतरराष्ट्रीय व्यापार में प्रवेश की ब्यूहरचनाएँ (Strategies for Entry Into International Business)
- भारत की आयात-निर्यात नीति (Import-Export Policy of India)
- भारत की विदेश व्यापार नीति (India's Foreign Trade Policy)

**इकाई – III: अंतरराष्ट्रीय विपणन (International Marketing)**

- अंतरराष्ट्रीय विपणन: अर्थ, परिभाषा, प्रकृति एवं लाभ (International Marketing: Meaning, Definition, Nature and Benefit)
- अंतरराष्ट्रीय व्यापारों का मूल्यांकन – देश मूल्यांकन एवं चयन (Evaluation of International Businesses - Country Assessment and Selection)
- अंतरराष्ट्रीय विपणन मिश्रण (International Marketing Mix)
- ब्रांड संबंधी निर्णय (Brand Related Decisions)
- उत्पाद पैकेजिंग संबंधी निर्णय (Product Packaging Related Decisions)
- अंतरराष्ट्रीय कीमत निर्धारण के तत्व (Elements of International Pricing)
- अंतरराष्ट्रीय संवर्धन मिश्रण (International Promotion Mix)

**इकाई – IV: वैश्विक वितरण प्रणाली (Global Distribution System)**

- भौतिक वितरण (Physical Distribution)

- वितरण माध्यम को प्रभावित करने वाले तत्व (Elements Affecting the Distribution Medium)
- अंतरराष्ट्रीय संभार तंत्र प्रबंधन (International Logistics Management)
- अंतरराष्ट्रीय संभार तंत्र प्रबंधन में चुनौतियाँ (Challenges in International Logistics Management)
- अंतरराष्ट्रीय वितरण में कठिनाइयाँ (Difficulties in International Distribution)

#### इकाई – V: वैश्वीकरण (Globalization)

- वैश्वीकरण: अर्थ, परिभाषा एवं विशेषताएँ (Globalization: Meaning, Definition and Characteristics)
- वैश्वीकरण की रणनीतियाँ (Strategies of Globalization)
- भारत में वैश्वीकरण के लिए किये गये उपाय (Initiatives taken for globalization in India)
- वैश्वीकरण का विकासशील देशों पर प्रभाव (Impact of Globalization on Developing Countries)
- वैश्वीकरण की बाधाएँ (Challenges of Globalization)
- वैश्वीकरण का राजनीतिक प्रभाव (Political Impact of Globalization)

#### सम्बन्धित पुस्तकें:

- Daniels, John D. and Radebaugh, Lee H. (2005). International Business. Wiley India.
- Thakur, M., Burton & Gene, E (2002). International Management. Tata McGraw Hill.
- Deresky (2003). International Management: Managing across borders and culture. Pearson Education.