

MS–510/MM–2206**Brand Management**

(ब्रांड प्रबन्धन)

Master of Business Administration/
P. G. Diploma in Marketing Management

(MBA–10/12/13/16/17/

PGDMM–10/16/17/MBAH–11)

Fourth/Second Semester, Examination, 2017

Time : 3 Hours**Max. Marks : 80**

Note : This paper is of **eighty (80)** marks containing **three (03)** Sections A, B and C. Learners are required to attempt the questions contained in these Sections according to the detailed instructions given therein.

नोट : यह प्रश्न पत्र अस्सी (80) अंकों का है जो तीन (03) खण्डों 'क', 'ख' तथा 'ग' में विभाजित है। शिक्षार्थियों को इन खण्डों में दिए गए विस्तृत निर्देशों के अनुसार ही प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

Section–A / खण्ड–क**(Long Answer Type Questions) / (दीर्घ उत्तरीय प्रश्न)**

Note : Section 'A' contains four (04) long answer type questions of nineteen (19) marks each. Learners are required to answer *two* (02) questions only.

नोट : खण्ड 'क' में चार (04) दीर्घ उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं।
प्रत्येक प्रश्न के लिए उन्नीस (19) अंक निर्धारित हैं।
शिक्षार्थियों को इनमें से केवल दो (02) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. Explain the significance of brand and its essential function and discuss the advantages of branding a product.

ब्राण्ड के महत्व तथा इसके आवश्यक कार्यों को समझाइए तथा एक उत्पाद की ब्राण्डिंग के लाभों को समझाइए।

2. Explain the different types of brands with suitable examples.

ब्राण्ड के विभिन्न प्रकारों को उपयुक्त उदाहरणों सहित समझाइए।

3. Explain the different strategic brand management processes in detail.

विभिन्न व्यूहनीतिक ब्राण्ड प्रबन्धन प्रक्रियाओं को विस्तार से समझाइए।

4. Discuss the various brand promotion methods. Illustrate the role of 'brand ambassadors' with suitable example.

विभिन्न ब्राण्ड प्रवर्तन विधियों की विस्तृत विवेचना कीजिए।
उपयुक्त उदाहरणों के द्वारा 'ब्राण्ड एम्बैसेडर' की भूमिका को समझाइए।

Section-B / खण्ड-ख**(Short Answer Type Questions) / (लघु उत्तरीय प्रश्न)**

Note : Section 'B' contains eight (08) short answer type questions of eight (08) marks each. Learners are required to answer *four* (04) questions only.

नोट : खण्ड 'ख' में आठ (08) लघु उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए आठ (08) अंक निर्धारित हैं। शिक्षार्थियों को इनमें से केवल चार (04) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. Define brand and its importance.
ब्राण्ड की परिभाषा एवं इसका महत्व बताइए।
2. Define brand vision and its values.
ब्राण्ड संदृष्टि एवं इसके मूल्यों को परिभाषित कीजिए।
3. Explain the importance of brand positioning.
ब्राण्ड स्थिति निर्धारण के महत्व को समझाइए।
4. How to measure brand success ?
ब्राण्ड सफलता का मापन कैसे किया जाता है ?
5. Define brand extension and explain its advantages.
ब्राण्ड विस्तारण की परिभाषा दीजिए और इसके लाभों को समझाइए।
6. Write down *four* steps of brand building.
ब्राण्ड निर्माण के किन्हीं चार चरणों का वर्णन कीजिए।
7. Define brand equity measurement.
ब्राण्ड समता प्रबन्ध को परिभाषित कीजिए।

8. Define opportunities for brand manager in global market.

एक वैश्विक बाजार में ब्राण्ड प्रबन्धन के लिए अवसरों को परिभाषित कीजिए।

Section-C / खण्ड-ग

(Objective Type Questions) / (वस्तुनिष्ठ प्रश्न)

Note : Section 'C' contains ten (10) objective type questions of one (01) mark each. All the questions of this Section are compulsory.

नोट : खण्ड 'ग' में दस (10) वस्तुनिष्ठ प्रश्न दिये गये हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए एक (01) अंक निर्धारित है। इस खण्ड के सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।

State True/False.

सत्य/असत्य बताइए।

1. Mega brand and Global brand is same. (True/False)
मैगा ब्राण्ड एवं वैश्विक ब्राण्ड एक ही है। (सत्य/असत्य)
2. Brand is a one of the most basic influences on individual needs, wants, behaviour. (True/False)
ब्राण्ड व्यक्तिगत इच्छाओं, आवश्यकताओं एवं व्यवहार को प्रभावित करने वाला एक अत्यधिक महत्वपूर्ण प्रभाव तत्व है। (सत्य/असत्य)
3. Brand strength is a measure of its reliability of its future earnings. (True/False)
ब्राण्ड सुदृढ़ता इसकी भावी आयों की विश्वसनीयता का मापक है। (सत्य/असत्य)

4. Internal branding occurs when customers experience the company as delivering its brand promise.

(True/False)

आन्तरिक ब्राण्डिंग तब घटित होती है, जब ग्राहक एक कम्पनी के द्वारा उसके ब्राण्ड वायदे को पूरा करने का अनुभव करता है।
(सत्य/असत्य)

5. Brand building and brand positioning are same.

(True/False)

ब्राण्ड निर्माण और ब्राण्ड स्थिति निर्धारण एक ही हैं।
(सत्य/असत्य)

6. The appeal of recognized brand name is increasing.

(True/False)

एक मान्यता प्राप्त ब्राण्ड नाम की अपील बढ़ती हुई होती है।
(सत्य/असत्य)

7. Brand image includes two aspects of a brand—its associations and its personality.

(True/False)

ब्राण्ड छवि में इसके दो पहलू सम्मिलित होते हैं—इसका सम्बन्ध और इसका व्यक्तित्व।
(सत्य/असत्य)

8. Kodak, Xerox, Exxon, Fittji are the examples of free standing brand name.

(True/False)

कोडक, जीरॉक्स, एक्सोन, फिट्जी स्वतन्त्र रूप में विद्यमान ब्राण्ड नामों के उदाहरण हैं।

9. 'Nescafe—Great start to the morning' is an example of positioning by usage occasion and time of use.

(True/False)

‘नैस्कैफे—ग्रेट प्रातः को प्रारम्भ करता है’ उपयोग अवसर तथा उपयोग के समय के द्वारा स्थिति निर्धारण का उदाहरण है।

(सत्य/असत्य)

10. ‘Watches sold as a jewellery’ is related to Tanishq.

(True/False)

‘घड़ियों की आभूषणों के समान बिक्री’ का सम्बन्ध तनिष्क से है।

(सत्य/असत्य)