

Roll No.

APR-104

Brand Management and Strategy in Advertising

(विज्ञापन में ब्रांड प्रबन्धन एवं रणनीति)

**P. G. Diploma in Advertising and Public Relations
(PGDAPR-12/16)**

First Semester, Examination, 2017

Time : 3 Hours

Max. Marks : 70

Note : This paper is of **seventy (70)** 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 सत्तर (70) 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 fifteen (15) 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 पन्द्रह (15) अंक निर्धारित हैं।
शिक्षार्थियों को इनमें से केवल दो (02) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. What is a Brand ? Explain the importance of brand management in detail.

ब्रांड क्या है ? ब्रांड प्रबन्धन के महत्त्व को विस्तार से समझाइये।

2. Discuss the need of brand knowledge in the minds of customer. As a marketer what will be your strategy towards brand building ?

ग्राहक के ब्रांड ज्ञान की जरूरत पर चर्चा कीजिए। एक विपणक के रूप में आपकी ब्राण्ड निर्माण की दिशा में रणनीति क्या होगी ?

3. What do you understand by brand equity ? What are the responsibilities of a Brand Manager ?

ब्रांड इक्विटी से आप क्या समझते हैं ? ब्रांड प्रबन्धक की प्रमुख जिम्मेदारियाँ क्या हैं ?

4. Brand extension is the common phenomenon in the brand market. Illustrate the need for brand extension with example.

ब्रांड विस्तार ब्रांड बाजार में आम धारणा है। ब्रांड विस्तार की आवश्यकता को उदाहरण देकर स्पष्ट कीजिए।

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

Note : Section 'B' contains eight (08) short answer type questions of five (05) marks each. Learners are required to answer *six* (06) questions only.

नोट : खण्ड 'ख' में आठ (08) लघु उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए पाँच (05) अंक निर्धारित हैं। शिक्षार्थियों को इनमें से केवल छः (06) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. Advertising Agency.
विज्ञापन एजेंसी।
2. Brand Communication.
ब्रांड संचार।
3. What is Brand Value ?
ब्रांड वैल्यू क्या है ?
4. What do you understand by re-launching of brand ?
ब्रांड की री-लांचिंग से आप क्या समझते हैं ?
5. What makes an ad memorable ?
एक विज्ञापन को क्या यादगार बनाता है ?
6. Celebrity Endorsements.
सेलिब्रिटी समर्थन।
7. Brand Property.
ब्रांड सम्पत्ति।
8. How is copywriting done for radio advertisement ?
रेडियो विज्ञापनों के लिए कॉपीलेखन कैसे किया जाता है ?

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।

1. This is a form of non-personal communication, by an identified sponsor, that is transmitted through the use of paid-for media :

- (a) Advertising
- (b) Personal selling
- (c) Public relations
- (d) Publicity

यह एक स्थापित प्रायोजक द्वारा, मीडिया को भुगतान करके किया गया गैर-व्यक्तिगत संचार का एक रूप है :

- (अ) विज्ञापन
- (ब) व्यक्तिगत बिक्री
- (स) जनसम्पर्क
- (द) प्रचार

2. refers to a brand's objective attributes in relation to other brands.

- (a) Brand position
- (b) Product position
- (c) Brand relationship
- (d) Both (a) and (b)

..... एक ब्रांड की उद्देश्यपरक विशेषताओं को अन्य ब्रांडों के सम्बन्ध में दर्शाता है।

- (अ) ब्रांड स्थिति
- (ब) उत्पाद स्थिति
- (स) ब्रांड सम्बन्ध
- (द) (अ) और (ब) दोनों

3. defines what the brand thinks about the consumer, as per the consumer.

- (a) Brand attitude
- (b) Brand positioning
- (c) Brand relationship
- (d) Brand image

..... ब्रांड उपभोक्ता के बारे में उपभोक्ता के अनुसार क्या सोचता है, को परिभाषित करता है।

- (अ) ब्रांड रवैया
- (ब) ब्रांड की स्थिति
- (स) ब्रांड सम्बन्ध
- (द) ब्रांड छवि

4. This is the sharing of meaning created through the transmission of information :

- (a) Communication
- (b) Noise
- (c) Transfer
- (d) Understanding

सूचना के प्रसारण के माध्यम से बनाये गये अर्थ का साझा रूप है :

- | | |
|---------------|---------|
| (अ) संचार | (ब) शोर |
| (स) हस्तांतरण | (द) समझ |

5. includes two aspects of a brand—its associations and its personality.

- (a) Brand attitude
- (b) Brand positioning
- (c) Brand relationship
- (d) Brand image

..... एक ब्रांड के दो पहलुओं को शामिल करता है—उसका संघ और उसका व्यक्तित्व।

- | | |
|--------------------|-------------------|
| (अ) ब्रांड रवैया | (ब) ब्रांड स्थिति |
| (स) ब्रांड सम्बन्ध | (द) ब्रांड छवि |

6. This is a hierarchy of effects or sequential model. It is used to explain that how advertising works :

- | | |
|------------|----------|
| (a) ADD | (b) AIDA |
| (c) PSETLE | (d) SWOT |

यह एक प्रभाव का पदानुक्रम या अनुक्रमिक मॉडल है। इसका इस्तेमाल यह समझाने के लिए किया जाता है कि विज्ञापन कैसे काम करता है :

- | | |
|------------|------------|
| (अ) एड | (ब) एडा |
| (स) पेस्टल | (द) स्वाॅट |

7. includes all that is linked up in memory about the brand. It could be specific to attributes, features, benefits or looks of brand.

- (a) Brand attitude
- (b) Brand associations
- (c) Brand relationship
- (d) Brand image

..... में वह सब शामिल है जो कि ब्रांड के बारे में स्मृति में है। यह गुण, सुविधाओं, लाभ और ब्रांड के अभिमुख के लिए कुछ भी विशिष्ट हो सकता है।

- (अ) ब्रांड रवैया
- (ब) ब्रांड संघों
- (स) ब्रांड सम्बन्ध
- (द) ब्रांड छवि

8. A marketer needs to understand that some 'general traits' of a brand name are :

- (a) Easy to recognize
- (b) Easy to pronounce
- (c) Easy to memorize or recall
- (d) All of the above

एक विपणक को ब्रांड नाम की कुछ 'सामान्य खूबियों' को समझने की जरूरत है, वह है :

- (अ) पहचान में आसान
- (ब) उच्चारण में आसान
- (स) याद करने में आसान
- (द) उपर्युक्त सभी

9. What type of media helps advertisers demonstrate the benefits of using a particular product ?

- (a) Broadcast media
- (b) Interactive media
- (c) Print media
- (d) Support media

किस प्रकार के माध्यम में विज्ञापनदाताओं के लिए किसी उत्पाद के उपयोग और लाभों का प्रदर्शन करने में मदद मिलती है ?

- (अ) प्रसारण मीडिया
- (ब) इंटरैक्टिव मीडिया
- (स) प्रिंट मीडिया
- (द) समर्थन मीडिया

10. When two established brands work together, on an offering to generate increased consumer appeal and attraction is called :

- (a) Brand licensing
- (b) Co-branding
- (c) Brand extensions
- (d) Brand stretching

जब दो स्थापित ब्रांड एक साथ मिलकर उपभोक्ता अपील और आकर्षण उत्पन्न करने के लिए कार्य करते हैं तो उसे कहा जाता है :

- (अ) ब्रांड लाइसेंस
- (ब) को-ब्रांडिंग
- (स) ब्रांड एक्सटेंशन
- (द) ब्रांड स्ट्रेचिंग