

Roll No.

MS–510/MM–2206

Brand Management

(ब्राण्ड प्रबन्ध)

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

(MBA–16/MBA–13/MBA–12/
MBA–10/PGDMM–16/PGDMM–10/MBAH–11)

Fourth/Second 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. Discuss the characteristics and functions of a brand.
ब्राण्ड के लक्षणों एवं कार्यों का वर्णन कीजिए।
2. Discuss the factors affecting brand potential.
ब्राण्ड सामर्थ्य को प्रभावित करने वाले कारकों का वर्णन कीजिए।
3. (a) Discuss the pyramidal model that indicates the time effect of a brand.
पिरामिड मॉडल को समझाइए जो ब्राण्ड के समय प्रभाव को निर्दिष्ट करता है।
(b) "Brands are considered by marketers as Vehicles of superior value delivery." Discuss.
"विक्रेता द्वारा ब्राण्ड उत्कृष्ट मूल्य प्रदत्ता वाहक समझा जाता है।" चर्चा कीजिए।
4. What is Brand Equality ? How can a firm develop a strong Brand Equality ?
ब्राण्ड इक्विटी क्या है ? एक कम्पनी किस प्रकार सुदृढ़ ब्राण्ड इक्विटी बना सकती है ?

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।

Briefly discuss any *six* of the following :

निम्नलिखित में से किन्हीं छः की संक्षेप में चर्चा कीजिए :

1. Brand awareness.
ब्राण्ड जागरूकता।
2. Brand personality.
ब्राण्ड व्यक्तित्व।
3. Brand positioning.
ब्राण्ड स्थापन।
4. Advantages of Brand Extensions.
ब्राण्ड विस्तारण के लाभ।
5. Brand Licensing.
ब्राण्ड अनुज्ञप्ति।
6. Brand slogans.
ब्राण्ड प्रचार वाक्य।
7. Media decisions.
मीडिया निर्णय।
8. Service Brand Strategy.
सेवा ब्राण्ड रणनीति।

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।

Indicate whether the following statements are True *or* False.

इंगित कीजिए कि निम्नलिखित कथन सत्य हैं या असत्य।

1. Firms use a 'Multiple-brand strategy' to increase their total sales in a market. (True/False)
कम्पनी कुल विक्रय बढ़ाने के लिए "विविध ब्राण्ड रणनीति" का प्रयोग करती है। (सत्य/असत्य)
2. The terms 'national' and 'private' have been used to describe producer and middlemen brand's ownership, respectively. (True/False)
'राष्ट्रीय' एवं 'व्यक्तिगत' शब्दावली का प्रयोग क्रमशः निर्माता एवं मध्यस्थ ब्राण्ड स्वामित्व के लिए किया जाता है। (सत्य/असत्य)
3. Restructuring is less risky because it involves modifying brands and consumer attitude. (True/False)
पुनर्गठन कम जोखिम भरा है क्योंकि यह संशोधित ब्राण्डों तथा उपभोक्ताओं के दृष्टिकोण को सम्मिलित करता है। (सत्य/असत्य)
4. Some items are not branded because they cannot be physically differentiated from other firm's products. (True/False)

कुछ उत्पादों की ब्राण्डिंग नहीं की जा सकती है क्योंकि उन्हें अन्य कम्पनियों के उत्पादों से भौतिक गुणों के आधार पर विभक्त नहीं किया जा सकता है। (सत्य/असत्य)

5. Brands reduces risks for buyers. (True/False)

ब्राण्ड क्रेता के जोखिम को कम करता है। (सत्य/असत्य)

6. The 'Maharaja' mascot was used by Air India.

(True/False)

सुभंकर प्रतीक 'महाराजा' का प्रयोग एयर इण्डिया द्वारा किया गया था। (सत्य/असत्य)

7. 'Sony Walkman' is an example of endorsement.

(True/False)

'सोनी वॉकमैन' पृष्ठांकन का उदाहरण है। (सत्य/असत्य)

8. A product like perfume gets credibility by associating it with the country of origin. (True/False)

इत्र जैसे उत्पाद की विश्वसनीयता, उत्पत्ति देश के साथ जोड़ने से बढ़ जाती है। (सत्य/असत्य)

9. People do not buy products only for their functional utility. (True/False)

लोग उत्पादों को केवल उनकी क्रियात्मक उपयोगिता के लिए ही नहीं खरीदते हैं। (सत्य/असत्य)

10. McDonald's culture is to bring a smile on the face of everyone by being childlike. (True/False)

मैकडोनाल्ड संस्कृति का उद्देश्य बच्चों के समान व्यवहार अपनाकर लोगों के चेहरों पर मुस्कान लाना है। (सत्य/असत्य)

