

**S-609**

Roll No. ....

**MS-510/MM-2206**

**Brand Management**

(ब्रांड प्रबन्ध)

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, 2018

**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 any *two* (02) questions only.

(A-28) **P. T. O.**

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. What are the principles of brand management ?  
ब्राण्ड प्रबन्ध के सिद्धान्त कौन-से हैं ?
2. What are the steps involved in brand Building ?  
Explain.  
ब्राण्ड-निर्माण में सन्निहित चरण कौन-से हैं ? समझाइये।
3. What are the challenges and opportunities imbibed in brand positioning ?  
ब्राण्ड की स्थिति निर्धारण में निहित चुनौतियों एवं अवसर क्या हैं ?
4. Explain the tactics to build, measure and manage brand equity.  
ब्राण्ड समता के निर्माण, मापन तथा प्रबन्धन के तरीकों को समझाइये।

### 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 any *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 repositioning.  
ब्राण्ड पुनःस्थिति स्थित निर्धारण को परिभाषित कीजिए।
2. Define brand equity.  
ब्राण्ड समता की परिभाषा दीजिए।
3. What are Brand Management methods ?  
ब्राण्ड प्रबन्धन विधियाँ क्या हैं ?
4. State advantages of Brand Extension.  
ब्राण्ड विस्तारीकरण के लाभ बताइये।
5. How to brand a service ? Give *one* example.  
एक सेवा का ब्राण्ड कैसे निर्मित किया जाता है ? एक उदाहरण दीजिए।
6. What is brand identity ?  
ब्राण्ड की पहचान क्या है ?
7. What is brand awareness ?  
ब्राण्ड चेतना से क्या अभिप्राय है ?
8. What are brand slogans ?  
ब्राण्ड सम्बन्धी नारे क्या होते हैं ?

**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।

Choose the correct alternative :

सही विकल्प चुनिए :

1. .... refers to a brands functional attributes in relation to other brands.

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

अन्य ब्राण्डों की तुलना में ब्राण्ड के क्रियात्मक गुण ..... को व्यक्त करते हैं।

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

2. .... includes two aspects of a brand its associations and its personality.

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

..... में ब्राण्ड के दो पहलुओं—इसका सम्बन्ध और इसका व्यक्तित्व निहित होता है।

- (अ) ब्राण्ड गुण
- (ब) ब्राण्ड स्थिति निर्धारण
- (स) ब्राण्ड सम्बन्ध
- (द) ब्राण्ड छवि

3. .... can be thought of as a perceptual map of in which like products of the same company (say toothpaste) are positioned very close to one another and compete more with one another than with brands, of other companies.

- (a) Brand comparison
- (b) Cannibalization
- (c) Positioning
- (d) Brand associations

..... को एक परिकल्पनिक नक्शे के रूप में कल्पित किया जा सकता है, जिसमें समान कम्पनियों के एक जैसे

उत्पादों को अन्य कम्पनियों की अपेक्षा (जैसे टूथपेस्ट) एक-दूसरे से अत्यन्त निकट स्थिति निर्धारण किए जाते हैं।

- (अ) ब्राण्ड तुलनीयता
- (ब) कैनीबलाइजेशन
- (स) स्थिति निर्धारण
- (द) ब्राण्ड सम्बन्ध

4. A marketer need 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 विपणनकर्ता को यह समझना चाहिए कि ब्राण्ड नाम के कुछ सामान्य गुण ..... हैं।

- (अ) पहचान में सरलता
- (ब) उच्चारण में सरलता
- (स) स्मरण रखने व बताने/याद करने में सरलता
- (द) उपर्युक्त सभी

5. Close up, Doordarshan, Frooti, Babool, Fair and lovely, Band-aid and Ujala are the examples of .....

- (a) Descriptive brand name
- (b) Suggestive brand name
- (c) Free standing brand name
- (d) None of the above

क्लोज अप, दूरदर्शन, फ्रूटी, बबूल, फेयर एण्ड लवली, बैण्ड एड और उजाला उदाहरण हैं ..... ।

- (अ) वर्णनात्मक ब्राण्ड नाम के
- (ब) सुझावकारी ब्राण्ड नाम के
- (स) आत्मनिर्भर ब्राण्ड नाम के
- (द) उपर्युक्त में से कोई नहीं

Indicate whether the following are True or False :

इंगित कीजिए कि निम्नलिखित सत्य हैं या असत्य :

6. “Jod to tootega nahin” tagline is related with brand Fevicol. (True/False)

‘जोड़ तो टूटेगा नहीं’ टैगलाइन ब्राण्ड फेवीकोल से सम्बन्धित है। (सत्य/असत्य)

7. “Lifebuoy-kills the germs you cannot see” is an example of health related positioning. (True/False)

“लाइफबॉय उन कीटाणुओं को मारता है, जो दिखायी नहीं देते हैं” एक स्वास्थ्य सम्बन्धित स्थिति निर्धारण का उदाहरण है।

(सत्य/असत्य)

8. Wal-Mart focus on brand building to maintain its corporate image in market. (True/False)

वाल-मार्ट बाजार में अपनी कम्पनी छवि को बनाए रखने के लिए ब्राण्ड निर्माण पर ध्यान केन्द्रित करता है। (सत्य/असत्य)

9. A brand can be described as promise to customer.

(True/False)

एक ब्राण्ड को उपभोक्ता के प्रति वायदे की तरह वर्णित किया जा सकता है। (सत्य/असत्य)

10. To improve brand image is to improve company image and also increases brand preference. (True/False)

ब्राण्ड छवि में सुधार कम्पनी छवि में सुधार करना और ब्राण्ड अधिमान्यता का मापन करना है। (सत्य/असत्य)