

Duration: 2 ½ hours

Marks 75.

Please check whether you have got the right question paper.

**N.B. 1. All questions are Compulsory****2. Figures to the right indicates maximum marks****3. Illustrate your answer with diagrams and examples wherever applicable****Q1. A. Explain the following concepts****(06)**

1. Core identity
2. Generic branding
3. Umbrella branding
4. Brand image
5. LOGO
6. Brand vision

**Q1. B.** Pepsodent is one of the flagship oral care brand of Unilever. The brand's mission is to help improve people's oral health and habits through its products and innovations. Pepsodent wants to extend its portfolio by launching - Chewing gums. On the basis of the above information answer the following:

1. What line extension strategy would you suggest? Justify **(03)**
2. What is the current personality of Pepsodent? Create a new personality using the Big Five. **(03)**
3. Who would you like to use as a Brand Ambassador based on your new Brand Personality and why? **(03)**

**Q2. Answer the following**

- a. Explain brand identity traps **(08)**
  - b. What are the 10 guidelines to build strong brand? **(07)**
- OR**
- c. Explain- Co branding and its types **(08)**
  - d. Explain brand repositioning with suitable examples. **(07)**

**Q3. Answer the following**

- a. Explain Multi branding & Multi Product Branding with suitable examples **(08)**
  - b. Explain the four cornerstone of brand positioning strategy **(07)**
- OR**
- c. Explain Graveyard model **(08)**
  - d. Define brand product matrix with an example **(07)**

**Q4. Answer the following**

- a. Elucidate Brand Building Blocks

(15)

**OR**

- b. Explain brand leveraging and its types

(15)

**Q5. Write Short Note on (Any Three)**

(15)

- a. Brand v/s Product
- b. Brand Hierarchy
- c. Brand Licensing
- d. Advantages of Branding
- e. Global Brand Manager

\*\*\*\*\*

वेळ: 2 तास 30 मिनिटे

गुण: 75

सूचना: १. सर्व प्रश्न अनिवार्य

२. उजवी कडिल अंक पूर्ण गुण दर्शवतात
३. आवश्यक तिथे उदाहरण आणि आकृती काढा
४. प्रश्नपत्रिकेची इंग्रजी प्रत मूळ प्रत म्हणून ग्राह्य धरली जाईल.

प्रश्न १ अ) खालील संकल्पना स्पष्ट करा

(०६)

१. कोअर आयडेंटिटी
२. जेनिरिक ब्रँडिंग
३. अम्ब्रेला ब्रँडिंग
४. ब्रँडिंग इमेज
५. लोगो
६. ब्रँड व्हिजन

प्रश्न १. ब) पेप्सोडेंट हा युनिलिव्हरच्या दंत सुरक्षेसाठीचे एक नामांकित ब्रँड आहे. या ब्रँडचे ध्येय हे लोकांचे मौखिक आरोग्य आणि सवयी त्यांच्या उत्पादनांमार्फत आणि नाविण्यपूर्ण उपक्रमांमार्फत सुधारण्यास मदत करणे हे आहे. पेप्सोडेंटला त्यांच्या पोर्टफोलीओचा विस्तार करावयाचा आहे त्यासाठी ते च्युइंग गम बाजारात आणत आहेत.

१. तुम्ही पेप्सिको कंपनीला कोणत्या लाईन एक्सटेंशन स्ट्रॅटेजी सूचवाल. तुमच्या स्ट्रॅटेजीचे समर्थन करा. (०३)
२. आता कंपनी अवलंबत असलेल्या ब्रँड सध्याच्या ब्रँड पर्सनॅलिटी विषयी लिहा. बिग फाईव्हचा वापर करून नवी पर्सनॅलिटी तयार करा. (०३)
३. ब्रँड पर्सनॅलिटीच्या आधारे तुम्ही कोणाची प्रतीमादूत म्हणून निवड कराल आणि का ? (०३)

प्र.२ खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा

अ) ब्रँड आयडेंटिटी ट्रॅप्स स्पष्ट करा (०८)

ब) सशक्त ब्रँड बनवण्यासाठी १० मार्गदर्शक तत्वे कोणती ? (०७)

किंवा

क) को- ब्रँडिंग आणि त्याचे प्रकार स्पष्ट करा (०८)

ड) ब्रँड रिपोजिशनिंग सूयोग्य उदाहरणांसह स्पष्ट करा (०७)

प्र.३ खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा .

अ) मल्टी ब्रँडिंग आणि मल्टी प्रोडक्ट ब्रँडिंग सुयोग्य उदाहरणांसहित स्पष्ट करा. (०८)

ब) ब्रँड पोजिशनिंग रणनीतीच्या ४ कोनांची चर्चा करा. (०७)

किंवा

क) ग्रेव्हयार्ड प्रतिमान स्पष्ट करा (०८)

ड) ब्रँड प्रॉडक्ट मॅट्रिक्स म्हणजे उदाहरणासहित स्पष्ट करा (०७)

प्र. ४ खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

अ) ब्रँड बिल्डिंग ब्लॉक्स म्हणजे काय? (१५)

किंवा

ब) ब्रँड लिक्वरेज म्हणजे काय ते सांगून त्याचे प्रकार स्पष्ट करा (१५)

प्र. ५ टिप लिहा (कोणत्याही ३ ) (१५)

१. ब्रँड आणि प्रॉडक्टमधील फरक

२. ब्रँड हायरारकी

३. ब्रँड लायसनिंग

४. ब्रँडिंगचे फायदे

५. ग्लोबल ब्रँड मॅनेजर

\*\*\*\*\*