

TMM / sem V / choice Based

20/11/19

Duration: 2.30 Hours

Marks:75

- 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)

- Logo.
- Mix branding.
- User imagery.
- Core identity.
- Brand manager.
- Generic branding

b. Case Study:

With over 4 decades of expertise in the hair industry, Godrej introduced Godrej Professional, the first ever professional hair colour & care range, especially **formulated for Indian hair**. Now the brand wishes to increase its portfolio by launching Godrej **Professional Ayurveda Shampoo**.

Based on the above information answer the following:-

- What line extension strategy would you suggest? Justify your answer. (03)
- Analyze the current brand personality based on Big Five scale. (03)
- Based on the brand personality do you think there is a need for brand ambassador? Justify. (03)

Q2. Answer the following:

- What are the 10 guidelines to build a brand? (07)
 - What is Brand Product Matrix? Illustrate Brand Product Matrix with an example (08)
- OR
- Explain brand loyalty pyramid. (07)
 - What are the four brand identity perspective? (08)

Q3. Answer the following:

- Explain brand repositioning with suitable examples (07)
 - What are brand building blocks? (08)
- OR
- Explain Co- branding and its types. (07)
 - Explain Brand Asset Valuator (BAV) model with an example. (08)

Q4. Answer the following:

- What is Brand Leveraging? Explain various types for leveraging a brand? (15)
- OR
- What is Brand strategy? Explain any three brand strategies. (15)

Q5. Write short note on ANY THREE of the following:-

(15)

- Brand v/s Product
- Brand hierarchy
- Brand association
- Brand building imperative
- Brand awareness.

TYBMM / sem II / choice Based

20/11/19

वेळ: २:३० तास

गुण: ७५

सूचना :

१. सूचना: सर्व प्रश्न अनिवार्य.
२. उजवीकडिल अंक पूर्ण गुण दर्शवतात.
३. आवश्यक तिथे उदाहरण आणि आकृती काढा.

प्र१. अ. खालील संकल्पना स्पष्ट करा.

(०६)

- अ) लोगो
- आ) मिक्स ब्रँडिंग
- इ) युजर ईमॅजरी
- ई) कोअर आयडेंटिटी
- उ) ब्रँड मॅनेजर
- ऊ) जेनेरिक ब्रँडिंग

ब. केस स्टडी :

केसांची निगा राखण्याच्या उत्पादनाच्या उद्योगात गोदरेजचं तब्बल चार दशकांपेक्षा जास्त वर्चस्व आहे. आता गोदरेजेने 'गोदरेज प्रोफेशनल' ही विशेषतः भारतीयांच्या केसांसाठी बनविलेली पहिली व्यावसायिक केसांचा रंग आणि काळजी घेणाऱ्या श्रेणीचे उत्पादन आहे. आता ब्रँडची इच्छा आहे की गोदरेज प्रोफेशनल आयुर्वेद शैम्पू लॉन्च करून आपला पोर्टफोलिओ वाढवावा.

वरिल माहितीच्या आधारे खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

- अ) तुम्ही कंपनीला कोणती लाईन एक्सटेंशन रणनिती (स्ट्रॅटेजी) सूचवाल. तुमच्या रणनितीचे समर्थन करा? (०३)
- आ) आता कंपनी अवलंबत असलेल्या ब्रँड सध्याच्या ब्रँड पर्सनॅलिटी विषयी लिहा. बिग फाईव्हचा वापर करून नवी पर्सनॅलिटी तयार करा? (०३)
- इ) ब्रँड पर्सनॅलिटीच्या आधारे तुम्ही कोणाची ब्रँड ऍम्बेसॅडर म्हणून निवड कराल? (०३)

प्र२. खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

- अ. ब्रँड निर्मितीची दहा मार्गदर्शक तत्वे स्पष्ट करा. (०७)
- ब. ब्रँड प्रोडक्ट मॅट्रिक्स उदाहरणांसह स्पष्ट करा. (०८)

किंवा

- क. ब्रँड लॉयल्टी पिरेमिड स्पष्ट करा. (०७)
- ड. ब्रँड आयडेंटिटी पर्सपेक्टिव्ह स्पष्ट करा. (०८)

प्र३. खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

- अ. ब्रँड रिपोजिशनिंग सूयोग्य उदाहरणांसह स्पष्ट करा. (०७)
- ब. ब्रँड बिल्टिंग ब्लॉक्स म्हणजे काय? (०८)

किंवा

- क. कोब्रँडिंग म्हणजे काय आणि त्याच्या विविध प्रकारां विषयी लिहा. (०७)
- ड. सुयोग्य उदाहरणासहित ब्रँड असेट व्हल्यूएटर (BAV) स्पष्ट करा. (०८)