

[Time: 2½ hours]

[Marks:75]

Please check whether you have got the right question paper.

- 1) N.B:
- 2) Figures to the right indicate full marks.
 - 3) Draw suitable diagrams wherever necessary
 - 4) Illustrate your answers with examples

Q1. (a) Explain the following concepts: -

1. Logo
2. Brand Image
3. Functional Benefits
4. Ingredient Co- Branding
5. Core Identity
6. Range Brand Manager

(6)

(b) Parachute from the house of Marico is India's No.1 coconut oil that contains the goodness of 100% pure coconut oil. The Brand wishes to extends its portfolio by launching – Shampoo and Conditioner.

On the basis of the above information answer the following:

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

Q2. Answer the following:

- a. State and explain the brand building blocks (8)
- b. Explain Multi-branding and Multi Product Branding strategies with suitable examples (7)

OR

- c. Describe the various brand positioning strategies. (8)
- d. Explain Young & Rubicam Graveyard Model. (7)

Q3. Answer the following:

- a. Explain Brand Repositioning with suitable examples (8)
- b. How does CSR help in Brand Building (7)

OR

- c. Bring out the difference between Consumer and Industrial Brands. (8)
- d. What are Brand Building Imperatives? (7)

Q4. Answer the following:

- a. What is Brand Equity? Explain Brand Equity Ten model of measurement. (15)

OR

- b. Differentiate between Revitalization and Reinforcement of Brands with the help of the relevant examples (8)
- c. Depending on the Product Life cycle explain the branding strategies at each stage (7)

- Q5.** a. Write Short Notes on (ANY THREE) (15)
- a. Brand Hierarchy
 - b. Brand Loyalty Pyramid
 - c. Global Brand Manager
 - d. Corporate Branding
 - e. Brand Vs Product

[वेळ: 21/2 तास]

[गुण:75]

कृपया तुम्हाला योग्य प्रश्नपत्रिका मिळाली आहे का ते तपासा.

- सूचना : 1. उजवीकडील आकृत्या पूर्ण गुण दर्शवतात.
2. आवश्यक तेथे योग्य आकृती काढा
3. तुमची उत्तरे उदाहरणांसह स्पष्ट करा

प्र.१ अ खालील संकल्पना स्पष्ट करा

1. लोगो
2. ब्रँड प्रतिमा
3. फन्क्शनल बेनेफिट (कार्यात्मक फायदे)
4. घटक सह-ब्रँडिंग
5. मूळ ओळख (कोअर आयडेंटिटी)
6. श्रेणी ब्रँड व्यवस्थापक

(६)

(ब) मॅरिकोचे पॅराशूट हे भारतातील नंबर 1 नारळ तेल आहे ज्यामध्ये 100% शुद्ध खोबरेल तेल आहे. ब्रँडला शॅम्पू आणि कंडिशनर लॉन्च करून त्याचा पोर्टफोलिओ वाढवायचा आहे. वरील माहितीच्या आधारे पुढील उत्तरे द्या.

1. तुम्ही कंपनीला कोणत्या लाईन एक्सटेंशन स्ट्रॅटेजी सूचवाल. तुमच्या स्ट्रॅटेजीचे समर्थन करा
2. सध्याचे ब्रँड व्यक्तिमत्व काय आहे? बिग फाईव्ह वापरून एक नवीन व्यक्तिमत्व तयार करा.
3. तुमच्या नवीन ब्रँड व्यक्तिमत्त्वावर आधारित तुम्हाला ब्रँड ॲम्बेसेडर म्हणून कोणाचा वापर करायला आवडेल आणि का?

३
३
३

प्र.2

अ ब्रँड बिल्डिंग ब्लॉक्स सांगा आणि स्पष्ट करा

०८

ब योग्य उदाहरणांसह मल्टी-ब्रँडिंग आणि मल्टी-प्रॉडक्ट ब्रँडिंग धोरणे स्पष्ट करा

०७

किंवा

क विविध ब्रँड पोजिशनिंग धोरणांचे वर्णन करा.

०८

ड यंग आणि रुबिकॅम ग्रेव्हयार्ड मॉडेल स्पष्ट करा.

०७

प्र.३

अ योग्य उदाहरणांसह ब्रँड रिपोजिशनिंग स्पष्ट करा
ब ब्रँड बिल्डिंगमध्ये CSR कशी मदत करते

०८

०७

किंवा

क ग्राहक आणि औद्योगिक ब्रँडमधील फरक समोर आणा.
ड ब्रँड बिल्डिंग अत्यावश्यक काय आहेत?

०८

०७

प्र.४

अ ब्रँड इक्विटी म्हणजे काय? मोजमापाचे ब्रँड इक्विटी टेन मॉडेल स्पष्ट करा.

(१५)

किंवा

ब संबंधित उदाहरणांच्या मदतीने ब्रँड्सचे पुनरुज्जीवन (रेव्हिटॅलिझेशन) आणि
मजबुतीकरण (रिइन्फोर्समेंट) यामध्ये फरक करा

०८

क उत्पादनाच्या जीवन चक्रावर अवलंबून प्रत्येक टप्प्यावर ब्रँडिंग धोरणे स्पष्ट करा

०७

प्र.५ टिपा लिहा (कोणत्याही तीन):-

(१५)

अ ब्रँड पदानुक्रम (हायरारकी)

ब ब्रँड लॉयल्टी पिरेमिड

क जागतिक ब्रँड व्यवस्थापक

ड कॉर्पोरेट ब्रँडिंग

इ ब्रँड आणि प्रॉडक्टमधील फरक स्पष्ट करा
