

[Time: 2½ hours]

[Marks:75]

Please check whether you have got the right question paper.

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

Q1. (a) Explain the following concepts: -

1. Unaided awareness
2. Brand Association
3. Composite Co- Branding
4. Range Brand
5. Corporate Image
6. Service Brand

(6)

(b) Case Study:

Tibetan and Chinese quick- service restaurant (QSR) chain Wow! Momo has forayed into fast -moving consumer goods sector with its frozen momos. Initially the frozen momos will be available via Big Basket in 10 major cities of India.

On the basis of the above information answer the following:

1. What line extension strategy would you suggest? Justify. (3)
2. Analyze the current brand personality of Wow! Momos using the brand personality scale. (3)
Who would you like to use as a Brand Ambassador based on the Brand Personality and (3)
3. why? (3)

Q2.

- a. What are the four brand identity perspectives (8)
- b. State and briefly explain the various types of Brand-leveraging strategies? (7)

OR

- c. What is Brand revitalizing? Explain with example the ways in which revitalizing can be done. (8)
- d. Describe the various practices that can be used for successful retail branding. (7)

Q3.

- a. Explain various advantages of building a strong brand image? (8)
- b. How can CSR activities be used for Brand Building? (7)

OR

- c. Explain various stages of growth and maturity of brands with a suitable example (8)
- d. What are Brand Building Imperatives (7)

Q4.

- a. Explain the Brand Asset valuator (BAV) with Power grid. (15)
- OR
- b. Elucidate Brand Building Blocks. (8)
 - c. Write a note on Corporate Advertising (7)

Q5. Write Short Notes on (ANY THREE)

(15)

- a. Brand v/s Product
- b. Service Brands
- c. Brand Loyalty Pyramid
- d. Rural Advertising
- e. Global Brand Manager

[Time: 2½ hours]

[Marks:75]

Please check whether you have got the right question paper.

- N.B:
1. सर्व प्रश्न सोडवण्याचा प्रयत्न करा
 2. उजवीकडील अंक गुण दर्शवतात
 3. जेथे लागू असेल तेथे योग्य आकृती आणि उदाहरणांसह तुमची उत्तरे स्पष्ट करा

Q1. (a) खालील संकल्पना स्पष्ट करा:-

1. विनाअनुदानित जागृती
2. ब्रँड असोसिएशन
3. कम्पोजिट को ब्रँडिंग
4. रेंज ब्रँड
5. कॉर्पोरेट प्रतिमा
6. सेवा ब्रँड

(6)

(b) तिबेटी आणि चायनीज क्विक-सर्व्हिस रेस्टॉरंट (QSR) चेन वॉव मोमोने आपल्या फ्रोजन मोमोसह FMCG वस्तूंच्या क्षेत्रात प्रवेश केला आहे. सुरुवातीला गोठवलेले मोमो बिग बास्केटद्वारे भारतातील 10 प्रमुख शहरांमध्ये उपलब्ध होतील वरील माहितीच्या आधारे पुढील उत्तरे द्या.

(3)

1. तुम्ही कोणती लाईन एक्सटेंशन स्ट्रॅटेजी सुचवाल? स्पष्ट करा. (3)
2. ब्रँड पर्सनॅलिटी स्केल च्या आधारे सध्याची ब्रँड पर्सनॅलिटी स्पष्ट करा! (3)
3. ब्रँड पर्सनॅलिटीवर आधारित प्रतिमादूत म्हणून तुम्हाला कोणाचा वापर करायला आवडेल आणि का? (3)

Q2.

- a. चार ब्रँड आयडेंटिटी पर्सपेक्टिव्ह काय आहेत? (8)
 - b. विविध प्रकारच्या ब्रँड-लिव्हरेजिंग स्ट्रॅटेजीज सांगा आणि थोडक्यात स्पष्ट करा? (7)
- किंवा**
- c. ब्रँड रिव्हाईटलायजेशन करणे म्हणजे काय? रिव्हाईटलायजेशन करण्याचे मार्ग उदाहरणासह स्पष्ट करा. (8)
 - d. यशस्वी रिटेल ब्रँडिंगसाठी वापरल्या जाणाऱ्या विविध पद्धतींचे वर्णन करा. (7)

Q3.

- a. मजबूत ब्रँड प्रतिमा तयार करण्याचे विविध फायदे सांगा? (8)
- b. ब्रँड बिल्डिंगसाठी CSR उपक्रम कसे वापरता येतील? (7)

किंवा

- c. ब्रँडच्या वाढीचे आणि परिपक्वतेचे विविध टप्पे योग्य उदाहरणासह स्पष्ट करा (8)
- d. ब्रँड बिल्डिंग इम्पोर्टिव्ह काय आहेत? (7)

Q4.

- a. पॉवर ग्रिडसह ब्रँड एसेट व्हॅल्युएटर (बीएव्ही) स्पष्ट करा. (15)
- किंवा
- b. ब्रँड बिल्डिंग ब्लॉक्स स्पष्ट करा. (8)
- c. कॉर्पोरेट जाहिरातींवर एक टीप लिहा (7)

Q5.

- a. लहान नोट्स लिहा (कोणत्याही तीन) (15)
- a. ब्रँड v/s उत्पादन
- b. सेवा ब्रँड
- c. ब्रँड लॉयल्टी पिरेमिड
- d. ग्रामीण जाहिरात
- e. जागतिक ब्रँड व्यवस्थापक
