

**UTTARAKHAND OPEN UNIVERSITY, HALDWANI (NAINITAL)**



**उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय हल्द्वानी (नैनीताल)**

**Programme Name-MBA-Fourth Semester/PGDMM–Second Semester**

**कार्यक्रम का नाम- मास्टर ऑफ बिज़नेस एडमिनिस्ट्रेशन- चतुर्थ सेमेस्टर**

**Programme Code- MBA-12/PGDMM-10**

**कार्यक्रम कोड- MBA-12/ PGDMM-10**

**Course Name-Brand Management**

**कोर्स शीर्षक- ब्रांड प्रबंध**

**Course Code-MM2206**

**Maximum Marks-40**

**कोर्स कोड - MM2206**

**अधिकतम अंक -40**

**Session -2013-14,Summer**

**सत्र: 2013-14, ग्रीष्मकालीन**

**Last Date of Submission: 15 June , 2014 जमा करने की अन्तिम तिथि 15 जून , 2014)**

**Section-A**

**भाग क**

**Section 'A' contains 08 short answer type questions of 5 marks each. Learners are required to answer 4 questions only. Answers of short answer-type questions must be restricted to 250 words approximately.**

भाग क में आठ लघु उत्तरों वाले प्रश्न दिये गये हैं इनमें से केवल चार प्रश्नों के उत्तर देने हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए पांच अंक निर्धारित है तथा प्रत्येक प्रश्न का उत्तर 250 शब्दों से अधिक नहीं होना चाहिए।

**Discuss the following (1-8) –**

**निम्न की संक्षेप में चर्चा कीजिए:**

1. What is a brand?  
ब्रांड क्या है?
2. Brand image  
ब्रांड छवि |
3. Significance of symbols for a brand.  
ब्रांड के लिए प्रतीकों का महत्व |
4. Various ways of positioning a brand.  
ब्रांड पोजीशनिंग के विभिन्न तरीके |
5. Brand Personality

ब्रांड व्यक्तित्व |

6. Various reinforcement strategies of a brand.  
एक ब्रांड की विभिन्न सुदृढीकरण रणनीतियां |
7. Co-branding  
सह ब्रांडिंग |
8. Difference between retailer and manufacturer brands.  
खुदरा विक्रेता और निर्माता के ब्रांडों के बीच अंतर |

### Section-B

#### भाग ख

Section 'B' contains 04 long answer-type questions of 10 marks each. Learners are required to answer 02 questions only.

भाग ख में चार दीर्घ उत्तरों वाले प्रश्न दिये गये हैं | इनमें से केवल दो प्रश्नों के उत्तर देने हैं | प्रत्येक प्रश्न के लिए दस अंक निर्धारित हैं।

1. a) Describe the various attributes of a strong brand?  
एक मजबूत ब्रांड की विभिन्न विशेषताओं का वर्णन कीजिए ?  
b) Discuss the various stages involved in building a successful services brand.  
एक सफल सेवा ब्रांड के निर्माण में शामिल विभिन्न चरणों पर चर्चा कीजिए |
2. a) What is a trademark? How does it contribute to brand equity?  
ट्रेडमार्क क्या है? यह ब्रांड इक्विटी में कैसे योगदान करता है ?  
b) Difference between patents and trademark.  
पेटेंट और ट्रेडमार्क के बीच अंतर कीजिए |
3. a) Compare the situations where advertising and personal selling are more likely to feature strongly in the promotional mix.  
ऐसी स्थितियों की तुलना करे जहां विज्ञापन और व्यक्तिगत बिक्री , प्रचार मिश्रण में अधिक मजबूती से उभरते हैं |  
b) 'Advertising has no place in industrial marketing communications.' Discuss.  
“विज्ञापन की औद्योगिक विपणन संचार में कोई जगह नहीं है”, इस पर चर्चा कीजिए करें |
4. What is brand stretching? Explain various methods by which brand stretching can be achieved. What are the conditions under which brand stretching will succeed?

ब्रांड को फैलाने का अर्थ क्या है ? इसे हासिल करने के विभिन्न तरीकों के बारे में बताएं ? किन स्थितियों में ब्रांड के विस्तार का कार्य सफल हो सकता है ?