



UTTARAKHAND OPEN UNIVERSITY, HALDWANI (NAINITAL)

उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी, नैनीताल

PGDAPR 16, ASSIGNMENT

पीजीडीएपीआर 16, सत्रीय कार्य

Last Date of Submission:

(जमा करने की अन्तिम तिथि: 15 Dec. 2016)

Course Title: Brand Management & Strategy in Advertising, Code: PGDAPR-104

कोर्स शीर्षक : विज्ञापन में ब्रांड प्रबंधन और रणनीति,

कोर्स कोड : पीजीडीएपीआर-104

Year: 2016-17

Maximum Marks: 30

सत्र : 2016-17

अधिकतम अंक: 30

Section 'A' contains 08 short answer type questions of 4 marks each. Learners are required to answer 4 questions only. Short answer-type questions must be restricted to minimum 500 words.

भाग (क) में आठ लघु उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं, इनमें से केवल चार प्रश्नों के उत्तर देने हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए 4 अंक निर्धारित हैं, तथा प्रत्येक प्रश्न का उत्तर कम से कम 500 शब्दों का होना चाहिए।

- 1- ब्रांड बिल्डिंग की प्रक्रिया क्या है? संक्षेप में समझाइए।
- 2- ब्रांड इक्विटी क्या है? इसके सृजन में कौन-कौन से कारक सहायक हैं?
- 3- विज्ञापन में योजना तथा रणनीति का क्या महत्व है? संक्षेप में बताइए।
- 4- ब्रांड का प्रमोशन कैसे किया जाता है? संक्षेप में बताइए।
- 5- एक उत्तम अभियान का निर्माण कैसे करेंगे? संक्षेप में बताइए।
- 6- ट्रेड मार्क क्या है? ब्रांड बिल्डिंग में इसके क्या फायदे हैं?
- 7- ग्राहक और बिक्रेता के लिए ब्रांड का क्या महत्व है?
- 8- उत्पाद और ब्रांड में अंतर बताइये।

Section 'B' contains 04 long answer-type questions of 7 marks each. Learners are required to answer 02 questions only. Answer of questions must be restricted to minimum 1000 words.

भाग (ख) में चार दीर्घ उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं, इनमें से केवल दो प्रश्नों के उत्तर देने हैं। प्रश्न का उत्तर कम से कम 1000 शब्दों में लिखें। प्रत्येक प्रश्न के लिए 7 अंक निर्धारित हैं।

- 1- ब्रांडिंग की अवधारणा को स्पष्ट कीजिए, किसी ब्रांड के विशेष गुण कौन-कौन से हैं?
- 2- किसी ब्रांड के निर्माण में विज्ञापन की क्या भूमिका है? विस्तार से वर्णन कीजिए।
- 3- कॉपी राइटिंग से आप क्या समझते हैं? एक अच्छे कॉपी राइटर की विशेषताएं बताइए।
- 4- ब्रांड की लोकप्रियता बढ़ाने के लिए कंपनियां किन नुस्खों का प्रयोग करती हैं?