

केस स्टडी को पढ़ने के बाद बताएं कि ब्रांड इक्विटी की अवधारणा और रोलेक्स ब्रांड इक्विटी के 5 बिंदुओं में कैसे फिट होते हैं।

या

(i) ब्रांड इक्विटी प्रबंधन प्रणाली की अवधारणा की व्याख्या कीजिए।

(ii) ब्रांड छवि क्या है और आप इसे कैसे मापते हैं?

5. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए :

(क) ब्रांड ऑडिट (3)

(ख) देश ब्रांडिंग बनाम वैश्विक ब्रांडिंग (3)

या

ब्रांड प्रबंधन में कानूनी और नैतिक पहलुओं की व्याख्या कीजिए। (6)

[This question paper contains 16 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 5771

H

Unique Paper Code : 2414002007

Name of the Paper : Brand Management

Name of the Course : GE

Semester : IV

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 90

समय : 3 घण्टे

पूर्णांक : 90

Instructions for Candidates

1. Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
2. Attempt **all** questions.
3. Answers may be written either in English or Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

छात्रों के लिए निर्देश

1. इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।
2. सभी प्रश्न कीजिए।
3. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

5771

2

1. (a) Explain various concepts of brand and how is it different from brand management. Explain with appropriate examples. (8)

Or

Elaborate the attributes of brand and brand management.

- (b) Elaborate on the changing scenario of branding from its evolution. (5)

Or

'Brands prefer to have a lasting impression on consumers by promoting their brands better than competitors'. Justify the statement using appropriate examples.

- (c) Explain the concept of Integrated Marketing Communication and its importance in the current scenario. (5)

Or

5771

15

किसी भी भाषा में उच्चारण करना आसान हो। इसके अलावा, रोलेक्स शब्द ओनोमेटोपोइक था, जो एक घड़ी के हम्म के समान ध्वनि उत्पन्न करता था। अंततः, यह व्यावहारिक था क्योंकि नाम इतना छोटा था कि किसी भी घड़ी पर आसानी से फिट हो सकता था। 1926 में, रोलेक्स ने दुनिया की पहली वॉटरप्रूफ कलाई घड़ी "ऑयस्टर" विकसित की।

1931 में, रोलेक्स परपेचुअल मूवमेंट बनाकर घड़ी उद्योग का रूप बदल देगा, एक ऐसा तंत्र जिसे हर दिन मैन्युअल रूप से रिवाइंड करने की आवश्यकता नहीं है। यहां, तंत्र के अंदर थोड़ा-सा संतुलन ऊर्जा पैदा करने के लिए पहनने वाले की कलाई की गति का उपयोग करता है।

एक प्रकार का तंत्र जो आप आजकल भी स्वचालित घड़ियों में देखते हैं। इससे भी बेहतर, रोलेक्स कारनामों का पर्याय है! 1927 में, मर्सिडीज ग्लोडज ने अपनी रोलेक्स ऑयस्टर के साथ इंग्लिश चैनल को पार किया। क्रॉस करने में 10 घंटे लगे और घड़ी बिल्कुल सही स्थिति में रही। 1953 में, रोलेक्स के लिए एक नया कारनामा, उनका प्रतिष्ठित ऑयस्टर परपेचुअल एक्सप्लोरर ब्रिटिश पर्वतारोही एडमंड हिलेरी के साथ दुनिया के सबसे ऊंचे पर्वत एवरेस्ट के शिखर पर गया!

हिलेरी और रोलेक्स की किंवदंती अभी शुरू हुई है...

4. (क) अपने ब्रांड के प्रदर्शन को नियमित रूप से मापना महत्वपूर्ण है। वर्तमान परिदृश्य से प्रासंगिक उदाहरणों के संदर्भ में टिप्पणी कीजिए। (8)

या

‘कंपनियां ब्रांड बनाने और उन्हें गतिशील माहौल में बनाए रखने पर काफी अधिक स्वर्च करती हैं।’ उदाहरण सहित टिप्पणी कीजिए।

- (ख) ब्रांड प्रवर्धन आपको नए ग्राहकों को आकर्षित करने और ग्राहक संबंधों को मजबूत करने की अनुमति देता है। खुदरा या रेस्तरां क्षेत्र के संदर्भ में अवधारणा को स्पष्ट कीजिए। (8)

या

केलर मॉडल के संदर्भ में ग्राहक-आधारित ब्रांड इक्विटी की अवधारणा की व्याख्या कीजिए।

- (ग) केस स्टडी (8)

रोलेक्स एक घड़ी निर्माता है जिसकी स्थापना हंस विल्सडॉर्फ ने की थी। हाँ, “हंस रोलेक्स” नहीं जैसा कि आप कल्पना कर सकते हैं। दरअसल, विल्सडॉर्फ ने 1908 में रोलेक्स ब्रांड को पंजीकृत किया था। वह बस एक ऐसा नाम चाहते थे जिसका

“A strong brand identity helps the audience differentiate you from your competitors and can positively influence their purchasing decisions, directly impacting your profitability.” In the light of above statement explain Kapferer’s Brand Identity Prism using an example.

2. (a) Building Brand in the minds of consumers is important to sustain in the market. Explain key steps in brand building using suitable examples. (8)

Or

What are the key steps in brand building? Elaborate all the steps.

- (b) Positioning your brand in the right segment is of key importance. Elaborate using Bull’s eye model with examples. (5)

Or

Bharat Automobiles, a tractor and agricultural equipment company and its advertising agency had positioned its 'Viraat' brand of tractors in the Indian market as premium heavy duty tractors. The brand was initially endorsed by Sunny Deol. However, the positioning of its product was not effective. The company is now planning to launch a new tractor 'Hind' with all modifications which would be reliable and affordable and will appeal to the patriotic sentiment. Explain the benefits of positioning in light of brand benefit ladder model.

- (c) How can we differentiate rebranding from repositioning? Explain using relevant examples.

(5)

Or

Elaborate concept of brand personality with reference to Aaker's model.

3. (a) What is the strategic brand management process? Elaborate using an example of brand of your choice in any sector.

(8)

समन्वित तरीके से ब्रांडों का प्रबंधन करने से कंपनी को अपने उपभोक्ताओं को भ्रमित करने से बचने में मदद मिलती है। ब्रांड पोर्टफोलियो प्रबंधन के लिए विभिन्न प्रकार के मॉडलों के संदर्भ में विस्तृत विवरण दीजिए।

या

ब्रांड इक्विटी स्थापित करने और किसी ब्रांड को उसके प्रतिस्पर्धियों से अलग करने के लिए, प्रबंधकों को ब्रांड तत्वों का सावधानीपूर्वक चयन करने की आवश्यकता है। उन ब्रांड तत्वों की रूपरेखा तैयार कीजिए जिनका उपयोग प्रबंधक पहचान और याद दिलाने के लिए कर सकते हैं, और बताएं कि प्रबंधकों को अपने जीवन चक्र (ब्रांड विस्तार के निर्णयों सहित) के माध्यम से ब्रांड बनाने और संरक्षित करने के लिए तत्वों का चयन करते समय किन मानदंडों को ध्यान में रखना होगा। अपने उत्तर को उदाहरण सहित स्पष्ट कीजिए।

- (ग) (i) प्रासंगिक उदाहरणों के साथ हाउस ऑफ ब्रांड्स बनाम ब्रांडेड हाउस के बीच अंतर स्पष्ट कीजिए।

- (ii) ब्रांड रणनीतियों के महत्व और कार्यान्वयन की व्याख्या कीजिए।

(4 + 4 = 8)

- (ग) हम रीब्रांडिंग को रीपोजीशनिंग से कैसे अलग कर सकते हैं?
प्रासंगिक उदाहरणों का उपयोग करके समझाएँ। (5)

या

आकर के मॉडल के संदर्भ में ब्रांड व्यक्तित्व की विस्तृत अवधारणा बताइये।

3. (क) रणनीतिक ब्रांड प्रबंधन प्रक्रिया क्या है? किसी भी क्षेत्र में अपनी पसंद के ब्रांड का उदाहरण लेकर विस्तार से बताएं। (8)

या

रणनीतिक ब्रांड प्रबंधन प्रक्रिया क्या है? विस्तार से व्याख्या कीजिए। ब्रांड पहचान के काफरर मॉडल पर चर्चा कीजिए। ब्रांड पहचान मॉडल की सहायता से भारत में किसी भी ब्रांड की विस्तृत ब्रांड पहचान कीजिए।

- (ख) ब्रांड प्रबंधन के साथ विज्ञापन को एकीकृत करना महत्वपूर्ण है। विभिन्न प्रकार के विज्ञापन और यह ब्रांड प्रबंधन के लिए किस प्रकार महत्वपूर्ण होंगे, इसका उदाहरण देकर विस्तार से वर्णन कीजिए। (8)

या

Or

What is the strategic brand management process? Elaborate. Discuss the Kapferer model of brand identity. Elaborate brand identity of any brand in India, with the help of brand identity model.

- (b) Integrating advertising with brand management is important to attain. Elaborate using examples various types of advertising and how would it be important for brand management. (8)

Or

Managing brands in a coordinated way helps a company to avoid confusing its consumers. Elaborate statement with reference to various types of models for brand portfolio management.

Or

To establish brand equity and differentiate a brand from its competitors, managers need to select brand elements carefully. Outline the brand elements that managers can use to facilitate recognition and

recall, and explain which criteria managers need to take into account when choosing elements to build and preserve brands through their life cycle (including decisions of brand extension). Illustrate your answer with examples.

- (c) (i) Explain the difference between house of brands vs branded house with relevant examples.

- (ii) Explain the importance and implementation of brand strategies. (4+4=8)

4. (a) It is important to measure your brand performance regularly. Comment with reference to relevant examples from current scenario. (8)

Or

'Companies spends huge expenses on building brand and sustaining them in the dynamic environment'. Comment with examples.

2. (क) बाजार में बने रहने के लिए उपभोक्ताओं के मन में ब्रांड बनाना महत्वपूर्ण है। उपयुक्त उदाहरणों का उपयोग करके ब्रांड निर्माण के प्रमुख चरणों की व्याख्या कीजिए। (8)

या

ब्रांड निर्माण में प्रमुख कदम क्या हैं? सभी चरणों के बारे में विस्तार से बताएं।

- (ख) अपने ब्रांड को सही सेगमेंट में स्थापित करना महत्वपूर्ण महत्व रखता है। उदाहरण सहित बुल्स आई मॉडल का उपयोग करके विस्तार से बताएं। (5)

या

ट्रैक्टर और कृषि उपकरण कंपनी भारत ऑटोमोबाइल्स और उसकी विज्ञापन एजेंसी ने अपने श्विराट्श ब्रांड के ट्रैक्टरों को भारतीय बाजार में प्रीमियम हेवी ड्यूटी ट्रैक्टरों के रूप में पेश किया था। शुरुआत में इस ब्रांड का प्रचार सनी देओल ने किया था। हालाँकि, इसके उत्पाद की स्थिति प्रभावी नहीं थी। कंपनी अब सभी संशोधनों के साथ एक नया ट्रैक्टर 'हिंद' लॉन्च करने की योजना बना रही है जो विश्वसनीय और किफायती होगा और देशभक्ति की भावना को आकर्षित करेगा। ब्रांड बेनिफिट लैडर मॉडल के आलोक में पोजिशनिंग के लाभों की व्याख्या कीजिए।

या

ब्रांड और ब्रांड प्रबंधन की विशेषताओं का विस्तार से वर्णन कीजिए।

- (ख) ब्रांडिंग के विकास से लेकर इसके बदलते परिदृश्य पर विस्तार से प्रकाश डालिए। (5)

या

‘ब्रांड प्रतिस्पर्धियों की तुलना में अपने ब्रांड का बेहतर प्रचार करके उपभोक्ताओं पर स्थायी प्रभाव डालना पसंद करते हैं।’ उचित उदाहरणों का प्रयोग करते हुए कथन की पुष्टि कीजिए।

- (ग) एकीकृत विपणन संचार की अवधारणा और वर्तमान परिदृश्य में इसके महत्व की व्याख्या कीजिए। (5)

या

“एक मजबूत ब्रांड पहचान दर्शकों को आपको अपने प्रतिस्पर्धियों से अलग करने में मदद करती है और उनके खरीदारी निर्णयों को सकारात्मक रूप से प्रभावित कर सकती है, जिसका सीधा असर आपकी लाभप्रदता पर पड़ता है।” उपरोक्त कथन के आलोक में एक उदाहरण का उपयोग करके काफ़र के ब्रांड पहचान प्रिज़म की व्याख्या कीजिए।

- (b) Brand amplification allows you to attract new customers and strengthen customer relationships. Explain the concept with reference to retail or restaurant sector. (8)

Or

Explain the concept of customer-based brand equity with reference to Keller's Model.

- (c) Case Study (8)

Rolex is a watch manufacturer founded by Hans Wilsdorf. Yep, not “Hans Rolex” as you could have imagined. Indeed, Wilsdorf registered the brand Rolex in 1908. He simply wanted a name that was easy to pronounce in any language. Also, the word Rolex was onomatopoeic, making a similar sound to a watch being wound (hmm). Finally, it was practical as the name was small enough to easily fit any watch face. In 1926, Rolex developed the “Oyster”, the first waterproof wristwatch in the world.

5771

8

In 1931, Rolex will change the face of the watch industry by creating the Perpetual Movement, a mechanism that doesn't need to be manually rewound every day. Here, a little balance inside the mechanism uses the motion of the wearer's wrist to create energy.

A type of mechanism that you still see, nowadays, in automatic watches. Even better, Rolex is a synonym for exploits! In 1927, Mercedes Gleitze crossed the English Channel with her Rolex Oyster. The cross took 10 hours and the watch remained in perfect working condition. In 1953, a new exploit for Rolex, their iconic Oyster Perpetual Explorer accompanied the British climber Edmund Hillary to the summit of Everest, the highest mountain in the world!

Hillary & Rolex's legend has just started...

After reading the case study explain how the concept of brand equity and how Rolex fit into 5 points of brand equity.

5771

9

Or

- (i) Explain the concept of brand equity management system.
- (ii) What is brand image and how do you measure it?

5. Write short notes on the following :

- (a) Brand Audits (3)
- (b) Country Branding vs global branding (3)

Or

Explain the legal and ethical aspects in brand management. (6)

- 1. (क) ब्रांड की विभिन्न अवधारणाएं समझाइए और यह ब्रांड प्रबंधन से किस प्रकार भिन्न है। उचित उदाहरण सहित समझाइये। (8)

P.T.O.