

[Time : - 2½ Hours]

[Marks: 75]

Please check whether you have got the right question paper.

- N.B:
1. All Questions are compulsory.
 2. Figures to the right indicates maximum marks.
 3. Illustrate your answer with diagrams and examples wherever applicable.

1. A) Explain the following concepts 06
- a) Range Brands
 - b) Sub Brand
 - c) Logo
 - d) Generic brand
 - e) Functional benefit
 - f) Core Identity
1. B) Case Study:
- INDIA – August 2, 2016-Mondelez India Foods Private Limited, today announced the launch of yet another exciting innovation – Cadbury Dairy Milk Marvellous Creation. After the successful launch of India's first 'centre-filled' Chocolate – Cadbury Dairy Milk Silk Bubbly, Mondelez India, the market leader in the chocolate category in India (as per Nielsen) brings its global product Cadbury Dairy Milk Marvellous Creations to India. Exuberating a fun and playful characteristic, this unique chocolate bar surprises consumers with its distinctive form and unpredictable inclusions. Cadbury Dairy Milk Marvellous Creations will be available in two flavours, Jelly Popping Candy and Cooke Nut Crunch, and will be manufactured at the company's new manufacturing facility in Sri City, Andhra Pradesh.
- i. Using the Brand Personality Scale, explain what is the current brand personality. 03
 - ii. Is there a need of a celebrity endorser? If yes, suggest a celebrity, justify your answer. 03
 - iii. What extension strategy has the company used. 03
2. A) 08
- 1) Discuss the relevance of the Graveyard Model, with reference to Indian Brand.
 - 2) What are the four Brand identity traps? 07
- OR**
2. B) 08
- 1) Can a company choose between the various branding strategies? What options do they have?
 - 2) Explain the Brand product matrix with an industry example. 07
3. A) 08
- 1) Explain the concept of Brand. How does it differ from product?
 - 2) Enumerate the advantages & disadvantages of Line extension. 07
- OR**
3. B) 08
- 1) Explain the 10 guidelines for building strong brands.
 - 2) Write a note on Co-branding. 07

TURN OVER

2

4. A) Brand Building Blocks.

15

OR

B) Explain the Brand equity ten.

15

5. A) Attempt any three short notes:

15

- a) Loyalty Pyramid
- b) User Imagery
- c) Moving a brand up
- d) The self-Expressive Mode.
- e) Brand Licensing

(मराठी रुपांतर)
(वेळ - २½ तास)

गुण : ७५

- सुचना:**
१. सर्व प्रश्न सोडविणे अनिवार्य आहे.
 २. उजवीकडील अंक गुण दर्शविलेले आहेत.
 ३. आकृतीसह उत्तरे स्पष्ट करा आवश्यक तेथे उदाहरणे द्या.
 ४. प्रश्नपत्रिकेची इंग्रजी प्रत ग्राह्य धरली जाईल.

१. अ) खालील संकल्पना स्पष्ट करा.

१. रेंज ब्रँड
२. सब ब्रँड
३. लोगो
४. जेनेरिक ब्रँड
५. कार्यात्मक लाभ
६. कोअर आयडेंटिटी

०६

१. ब) केस स्टडी

भारत - २ ऑगस्ट २०१६ Mondelez India Foods Private Limited या कंपनीने आज आणखीन एक नवीन उत्पादन सुरु करण्याची घोषणा केली. के उत्पादन आहे "Cadbury Dairy Milk Marvellous Creations" भारतातील पहिल्या 'centre-filled' चॉकलेट Cadbury Dairy Milk Silk Caramello आणि भारतातील पहिल्या 'aerated' Chocolate - Cadbury Dairy Milk Silk Bubbly च्या यशस्वी सुरवातीनंतर ते भारतात बाजारपेठ अग्रणी ठरले आहेत. Cadbury Dairy Milk Marvellous Creations दोन प्रकारात उपलब्ध आहेत. Jelly Popping Candy आणि Cookie Nut Cruch. आंध्रप्रदेशातील श्रीसिटी येथे कंपनीने ही नवीन उत्पादनाची व्यवस्था केली आहे.

- १) brand व्यक्तिमत्त्वाच्या मापनाचा विचार करून सध्याचे Brand व्यक्तिमत्व स्पष्ट करा.
- २) एखाद्या सेलिब्रेटी प्रतिमादूतची गरज आहे का? असल्यास तो कोण असेल तुमचे उत्तर तर्कसहित लिहा.
- ३) कोणती extension रणनीती कंपनी उपयोगात आणणार?

२. अ)

- १) भारतीय ब्रँडचा संदर्भ देऊन ग्रेवयार्ड मॉडेलवर चर्चा करा.
- २) चार Brand identity traps कोणते आहेत?

०८

०७

किंवा

२. ब)

- १) कंपनी वेगवेगळ्या ब्रँडिंग रणनीती मधून एकाची निवड करू शकते का? त्याच्याकडे कोणते पर्याय असतात?
- २) कोणत्याही एका कंपनीचे उदाहरण देऊन ब्रँड प्रॉडक्ट मॅट्रिक्स म्हणजे काय ते स्पष्ट करा.

०८

०७

३. अ)

- १) ब्रँड ही संकल्पना स्पष्ट करा. ब्रँड प्रोडक्टपेक्षा वेगळे कसे?
- २) लाईन एक्सटेंशनचे फायदे तोटे स्पष्ट करा.

०८

०७

TURN OVER

४

किंवा

३. ब) १. ब्रँड बांधणीसाठीची १० मार्गदर्शक तत्त्वे स्पष्ट करा.
२. को-ब्रँडिंग वर टीप लिहा.

०८

०७

४. अ) ब्रँड बिल्डिंग ब्लॉक्स म्हणजे काय?

१५

किंवा

४. ब) ब्रँड इक्विटी १० म्हणजे काय ते स्पष्ट करा?

१५

५. अ) टिपा लिहा (कोणत्याही ३)

१५

१. ब्रँड लॉयल्टी पीरॅमिड
२. युजर इमजरी
३. मुव्हिंग अ ब्रँड अप
४. Self-Expressive प्रतिमान
५. ब्रँड लायसर्निंग