



DWW-002-002308 Seat No. _____

M. Com. (Sem. III) (CBCS) Examination

May / June - 2015

Product and Brand Management

Faculty Code : 002

Subject Code : 002308

Time : $2\frac{1}{2}$ Hours]

[Total Marks : 70

1 નીચેના 20 વિકલ્પોના ઉત્તર આપો : (M.C.Q.) 20

(1) જે જરૂરીયાતને સંતોષે છે એ _____

(A) વસ્તુ

(B) બ્રાન્ડ

(C) સર્વિસ

(D) એક પણ નહીં

(2) ખરીદનાર ખરેખર ખરીદે છે _____

(A) Core benefit level

(B) Basic Product level

(C) Expects product level

(D) None of these

(3) વસ્તુનો વિશાળ ખ્યાલ એ _____

(A) Augmented product
product

(B) non Augmented

(C) ઉપરના બંને

(D) એક પણ નહીં

(4) ITC એ ઉત્પાદીત કરે છે.

(A) વસ્તુ મીક્ષ

(B) વસ્તુ લાઈન

(C) એક વસ્તુ

(D) એક પણ નહીં

(5) Forecasting ટુલ એ

(A) PLC

(B) બ્રાન્ડ

(C) કંપની ઈમેજ

(D) એક પણ નહીં

- (6) નીચેનામાંથી કઈ એક ટેકનીક આઈડીયા જનરેશની નથી
- (A) Brain Storming (B) Writing
(C) Synectics (D) Attribute listing
- (7) વસ્તુને માર્કેટમાં ટ્રાયલ માટે મુકવામાં આવે એ _____ છે.
- (A) માર્કેટ શરૂઆત (B) ટેસ્ટ માર્કેટીંગ
(C) એડવર્ટાઈઝમેન્ટ (D) એક પણ નહીં
- (8) Hindustan Liver Limited દ્વારા Sa અને Lux ના સાબુને _____ બ્રાન્ડ આપી છે.
- (A) કોર્પોરેટ (B) વ્યક્તિગત
(C) ગુણકારી (D) એક પણ નહીં
- (9) TATA કંપનીની બ્રાન્ડ એ _____
- (A) કોર્પોરેટ (B) વ્યક્તિગત
(C) ગુણકારી (D) એક પણ નહીં
- (10) પ્રોડેક્ટ બ્રાન્ડ બનાવે છે _____.
- (A) જીવન સરળ (B) લાઈફ
(C) સરળતા (D) ઉપરના બધા
- (11) લેવલ ઓફ પ્રોડેક્ટ કોર બેનીફીટ માટે મર્મ છે.
- (A) larger packing
(B) Bundle of Benefit to its prospective buyer
(C) Exception
(D) એક પણ નહીં

(12) Slow penetration વ્યૂહરચના એટલે

- (A) નીચી કિંમત નીચુ પ્રમોશન (B) નીચી કિંમત ઊંચુ પ્રમોશન
(C) ઊંચી કિંમત નીચુ પ્રમોશન (D) એક પણ નહીં

(13) Slow skimming Strategy એ

- (A) નીચી કિંમત નીચુ પ્રમોશન (B) નીચી કિંમત ઊંચુ પ્રમોશન
(C) ઊંચી કિંમત નીચુ પ્રમોશન (D) એક પણ નહીં

(14) નીચેનામાંથી એવી કઈ ટેકનિક છે જે Idea જનરેશનની નથી.

- (A) Brainstorming session
(B) Morphological analysis
(C) Attribute listing
(D) ટેલીગ્રાફીક

(15) નેસ્લે કંપનીનો લોગો.

- (A) Key with circle (B) પક્ષી અને માળો
(C) માળો (D) એક પણ નહીં

(16) સર્વિસ સેક્ટરનું બ્રાન્ડીંગ એ

- (A) Quality of product છે (B) વસ્તુની કિંમત છે
(C) જથ્થો વસ્તુનો છે (D) એક પણ નહીં

(17) Positioning of product ની મેથડ કઈ નથી ?

- (A) પ્રોઝીસીનીંગ ચોક્કસ ઉપયોગથી
(B) પ્રોઝીસીનીંગ કિંમતથી
(C) પ્રોઝીસીનીંગ વસ્તુ કલાસથી
(D) પ્રોઝીસીનીંગ સેલ્સમેનથી

(18) સારુ બ્રાન્ડ નામ માટેની ગુણવત્તા કઈ નથી ?

- (A) Easy to pronounce
- (B) remember and recall
- (C) લાભુ અને Crisp
- (D) એક પણ નહીં

(19) Brand Mark નું Attribute કયું નથી ?

- (A) સિમ્બોલ અને ડીઝાઇન
- (B) કલર અને લેટર
- (C) બંને ઉપરના
- (D) એક પણ નહીં

(20) જ્યારે બ્રાન્ડને કમ્યુનિકેટ ઇમ્પ્રુવ કરવું છે ત્યારે તેને કહે છે.

- (A) repositioning
- (B) Branding
- (C) Both above
- (D) none of above

2 નવી વસ્તુ વિકાસ એટલે શું? તેના વિવિધ સ્ટેજ લખો. 12

અથવા

2 વસ્તુનો concept (ખ્યાલ) અને લેવલ એટલે શું? તથા વસ્તુમીક્ષ અને લાઈન વિશે લખો. 12

3 બ્રાન્ડીંગ એટલે શું? તેની ઉપયોગી અને branding terminology ની ચર્ચા કરો. 12

અથવા

3 વિગતે લખો : બ્રાન્ડ ઇમેજ, આઈડન્ટી, લોયલ્ટી, ઇકવીટી અને વસ્તુ વિરુદ્ધ કેલોરેટ બ્રાન્ડીંગ. 12

4 બ્રાન્ડ એક્ટેશન એટલે શું? તેને ફેમિલી બ્રાન્ડ, વ્યક્તિક બ્રાન્ડ અને મલ્ટીપલ બ્રાન્ડ સાથે ચર્ચો. 13

અથવા

4 બ્રાન્ડ positioning અને Re-launching એટલે શું? ચર્ચા કરો. 13

5 વિગતે ચર્ચો : (એક)

13

(1) Branding ચોક્કસ સેક્ટરમાં

(2) Product life cycle અને માર્કેટીંગ વ્યૂહરચના દાખલ.

ENGLISH VERSION

1 MCQ 20 each of 1 marks

20

(1) The things that, can be offered to satisfy need or want is _____.

(A) Product

(B) brand

(C) services

(D) none of the these

(2) The buyer really buying

(A) Core benefit level

(B) Basic product level

(C) Expected product level

(D) none of these

(3) Broader conception of product is

(A) Augmented product

(B) Non Augmented product

(C) both the above

(D) none of the these

(4) ITC is producing _____

(A) product mix

(B) product line

(C) one product

(D) none of these

(5) Forecasting tool is

(A) PLC

(B) brand

(C) firm image

(D) none of these

(6) Which one of the following is not technique of idea generation?

(A) brain storming

(B) writing

(C) synectics

(D) attribute listing

- (7) To keep the product in the market for trial before it is launched is _____
- (A) market opening (B) test marketing
(C) advertisement (D) none of these
- (8) Hindustan liver limited has given _____ brand to Dove and lux soap.
- (A) Corporate (B) individual
(C) Quality (D) none of these
- (9) TATA company having _____ brand
- (A) Corporate (B) individual
(C) quality (D) none of these
- (10) Product Brands make _____
- (A) Life easier (B) Life
(C) easier (D) All the Above
- (11) level of the product about the core benefit focused on
- (A) larger packing
(B) bundle of benefit 10 its prospective buyer
(C) exception
(D) none of the above
- (12) Slow penetration strategy follow
- (A) low price low promotion
(B) low price high promotion
(C) high price low promotion
(D) none of the above
- (13) Slow skimming strategy follow
- (A) low price low promotion
(B) low price high promotion
(C) high price low promotion
(D) none of the above

- (14) Which the following is not of the technique for the idea generation ?
- (A) Brainstorming sessions
 - (B) Morphological analysis
 - (C) Attribute listing
 - (D) Telegraphic
- (15) Logo of the nestle company is
- (A) key with circle
 - (B) bird with nest
 - (C) nest
 - (D) none of these
- (16) Service sector branding mainly based on the
- (A) quality of product
 - (B) price of product
 - (C) quantity of product
 - (D) none of these
- (17) Which of the following is not a method of positioning of product?
- (A) positioning by specific usage
 - (B) positioning by price
 - (C) positioning by product class
 - (D) positioning by salesman
- (18) Which of the following is not qualities of good brand name?
- (A) Easy to pronounce
 - (B) remember and recall
 - (C) long and crisp
 - (D) none of the above
- (19) Which of the following is not attribute of Brand mark?
- (A) Symbol and design
 - (B) coloring and lettering
 - (C) both the above
 - (D) none of the above
- (20) When brand want to communicate improved offerings is know
- (A) repositioning
 - (B) branding
 - (C) both above
 - (D) none of above

2 What is new product development? Write various stages of its in detail. **12**

OR

2 What is product concept and levels? write in detail with product mix and line. **12**

3 What is the branding ? Discuss in detail its important and branding terminology. **12**

OR

3 Write in detail brand image, identify, loyalty equity and product verses corporate branding. **12**

4 What is brand extensions ? discuss it with the family verses individual brand and multiple branding. **13**

OR

4 What is the brand positioning and Re launch? Discuss it. **13**

5 Discuss in detail any one. **13**

(1) Branding in specific sectors.

(2) Product life cycle and marketing strategy implications

