



PC-002-002308

Seat No. \_\_\_\_\_

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

May / June - 2018

**Product & Brand Management**

*(Elective - 3) (Group-C : Marketing)*

**Faculty Code : 002**

**Subject Code : 002308**

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

[Total Marks : 70

૧ (અ) પ્રોડક્ટ / પેદાશને વ્યાખ્યાયિત કરો અને દરેકના ઉદાહરણ સાથે ૧૦  
પ્રોડક્ટના વિવિધ સ્તરો સમજાવો અને પેદાશ વંશવેલો / હાયરાર્કીને પણ  
સમજાવો.

(બ) પ્રોડક્ટ લાઈફ ચક્રના પરિચય અને વિકાસના તબક્કાઓની લાક્ષણિકતાઓ ૧૦  
અને બંને તબક્કાઓમાં વપરાતી માર્કેટિંગ વ્યૂહરચનાઓનું વર્ણન કરો.

**અથવા**

૧ ઈ-બ્રાંડિંગ અને સેવાઓના બ્રાંડિંગ પર નોંધો લખો. ૨૦

૨ નવા પ્રોડક્ટ દ્વારા તમે શું સમજો છો ? નવી પ્રોડક્ટના વિવિધ પ્રકારો ૨૦  
સમજાવો અને નવા પ્રોડક્ટસની સફળતા અને નિષ્ફળતાના કારણો સમજાવો.

**અથવા**

૨ ન્યૂ પ્રોડક્ટ ડેવલપમેન્ટના / નવી પેદાશ વિકાસના તબક્કાઓ સંક્ષિપ્તમાં ૨૦  
સમજાવો.

૩ મુખ્ય બ્રાંડિંગ નિર્ણયો કયા છે ? તે વિગતવાર સમજાવો. ૧૫

**અથવા**

૩ બ્રાન્ડ એક્સ્ટેન્શનનો અર્થ શું છે ? તે માટેની જરૂરિયાત, તેના લાભો, મર્યાદાઓ ૧૫  
અને પ્રકાર વિગતવાર સમજાવો.

**અથવા**

૩ બ્રાંડ ઈક્વિટીનો અર્થ અને લાક્ષણિકતાઓ સમજાવો અને બ્રાન્ડ ઈક્વિટીને ૧૫  
બનાવતી/તા વિવિધ અસ્ક્યામતો/ઘટકોની વિગતવાર ચર્ચા કરો.

- ૪ રિટેલ-બ્રાન્ડિંગ શું છે ? સમજાવો. ૧૫
- અથવા**
- ૪ વૈશ્વિક બ્રાન્ડ્સના ફાયદા અને ગેરલાભો શું છે ? વૈશ્વિક બ્રાન્ડ્સ માટે કયા પ્રકારનું અનુકૂલન જરૂરી છે ? સમજાવો. ૧૫

## ENGLISH VERSION

- 1 (A) Define Product and explain various levels of a Product with illustrations of each and also explain the Product Hierarchy. 10
- (B) Describe the characteristics and Marketing Strategies of the Introduction and Growth Stages of the Product Life cycle. 10

**OR**

- 1 Write notes on E-Branding and Branding of Services. 20
- 2 What do you mean by a New Product? Explain various categories of a New Product and explain the Reasons of the Success and Failure of New Products. 20

**OR**

- 2 Explain in brief the Stages of New Product Development. 20
- 3 What are the Major Branding Decisions? Explain in detail. 15

**OR**

- 3 What is the meaning of Brand extensions? Explain the Need for it, its Advantages, Limitations and Types in detail. 15

**OR**

- 3 Explain the meaning and nature of Brand Equity and Discuss in detail various Brand Assets that create Brand Equity. 15

- 4 What is Retail-Branding? Explain. 15

**OR**

- 4 What are the advantages and disadvantages of Global Brands? What kind of adaptations are required for global brands? Explain. 15