



महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(A Central University Established by Parliament by Act No. 3 of 1997)

विषय कोड: MS 444

क्रेडिट्स: 2 क्रेडिट

विषय का नाम: ब्रांड प्रबंधन (Brand Management)

पाठ्यक्रम के उद्देश्य:

- ब्रांड अवधारणा की समझ को विकसित करना।
- ब्रांड प्रबंधन के विभिन्न पहलुओं को समझना।

मूल्यांकन के मानदंड:

1. सत्रांत परीक्षा : 70 %
2. सत्रीय कार्य : 30 %

पाठ्यक्रम सामग्री:

इकाई – I: ब्रांडिंग का परिचय एवं सेवा ब्रांडिंग (Introduction to Branding and Service Branding)

- ब्रांडिंग का परिचय (Introduction to Branding)
- ब्रांडिंग के कार्य एवं प्रकार (Functions and Types of Branding)
- ब्रांडिंग के फायदे (Advantages of Branding)
- सेवा ब्रांडिंग (Service Branding)
- सेवा ब्रांडिंग मॉडल (Service Branding Models)

इकाई – II: ब्रांड की पहचान (Brand Identity)

- ब्राण्ड पहचान की परिभाषा और संकल्पना (Definition and Concept of Brand Identity)
- ब्रांड छवि (Brand Image)
- ब्राण्ड पहचान के स्रोत (Brand Identity Sources)
- ब्रांड पहचान स्रोत के पहलू (Aspects of Brand Identity Sources)

इकाई – III: विज्ञापन और ब्रांडिंग तथा ब्रांड निर्माण सिद्धांत (Advertising and Branding and Brand Building Principles)

- विज्ञापन द्वारा ब्रांड विश्वनियता का निर्माण करना (Building Brand Trust by Advertising)
- विज्ञापन मॉडल (Advertising Models)
- विज्ञापन रणनीति (Advertising Strategy)
- ब्रांड निर्माण की अवधारणा (Concept of Brand Building)
- ब्रांड इक्विटी एवं ब्रांड व्यक्तित्व (Brand Equity and Brand Personality)

इकाई – IV: समय प्रभाव एवं ब्रांड विस्तार (Time Effect and Brand Extension)

- समय प्रभाव एवं ब्रांड सुदृढीकरण (Time Effect and Brand Reinforcement)
- ब्रांड पुनर्स्थापन (Brand Repositioning)

- ब्रांड विस्तार की अवधारणा (Concept of Brand Extension)
- ब्रांड विस्तार के प्रकार (Types of Brand Extension)
- ब्रांड विस्तार की नीतियां (Policies of Brand Extension)

इकाई – V: ब्रांड और उत्पाद का संबंध (Brand and product relation)

- ब्रांड और उत्पाद का परिचय (Introduction to Brand and Product)
- ब्रांड और उत्पाद के संबंध की योजनाएं (Brand and Product Relations Plans)
- ब्रांड का अंतरराष्ट्रीयकरण (Internationalization of the brand)
- अंतरराष्ट्रीय ब्रांड जागरूकता का निर्माण (Creating International Brand Awareness)

सम्बन्धित पुस्तकें:

- Aaker, David (2002), *Managing Brand Equity*, Prentice Hall of India.
- Kumar, Ramesh (2004). *Managing Indian Brands*, Vikas Publishing House, Delhi.
- Keller K. L. (2003), *Strategic Brand Management*, 2nd Edition, Pearson Education.