

JK

Roll No. \_\_\_\_\_

Question Booklet Number

O.M.R. Serial No. :

--	--	--	--	--	--	--	--

--

## B.A. VI Semester (NEP) Examination, 2025-26

OFFICE MANAGEMENT AND SECRETARIAL PRACTICES (OM & SP)

(Public Relation)

Paper Code							
A	3	5	0	6	0	2	T

Question Booklet Series

C

Time : 1 : 30 Hours ]

[ Maximum Marks : 75

### Instructions to the Examinee :

1. Do not open the booklet unless you are asked to do so.
2. The booklet contains 100 questions. Examinee is required to answer 75 questions in the OMR Answer-Sheet provided and not in the question booklet. **All** questions carry equal marks.
3. Examine the Booklet and the OMR Answer-Sheet very carefully before you proceed. Faulty question booklet due to missing or duplicate pages/questions or having any other discrepancy should be got immediately replaced.
4. Four alternative answers are mentioned for each question as – A, B, C & D in the booklet. The candidate has to choose the correct answer and mark the same in the OMR Answer-Sheet as per the direction :

(Remaining instructions on the last page)

### परीक्षार्थियों के लिए निर्देश :

1. प्रश्न-पुस्तिका को तब तक न खोलें जब तक आपसे कहा न जाए।
2. प्रश्न-पुस्तिका में 100 प्रश्न हैं। परीक्षार्थी को 75 प्रश्नों को केवल दी गई OMR आन्सर-शीट पर ही हल करना है, प्रश्न-पुस्तिका पर नहीं। **सभी** प्रश्नों के अंक समान हैं।
3. प्रश्नों के उत्तर अंकित करने से पूर्व प्रश्न-पुस्तिका तथा OMR आन्सर-शीट को सावधानीपूर्वक देख लें। दोषपूर्ण प्रश्न-पुस्तिका जिसमें कुछ भाग छपने से छूट गये हों या प्रश्न एक से अधिक बार छप गए हों या उसमें किसी अन्य प्रकार की कमी हो, तो उसे तुरन्त बदल लें।
4. प्रश्न-पुस्तिका में प्रत्येक प्रश्न के चार सम्भावित उत्तर- A, B, C तथा D हैं। परीक्षार्थी को उन चारों विकल्पों में से सही उत्तर छँटना है। उत्तर को OMR उत्तर-पत्रक में सम्बन्धित प्रश्न संख्या में निम्न प्रकार भरना है :

(शेष निर्देश अन्तिम पृष्ठ पर)

**Rough Work**

रफ़ कार्य

1. The ultimate goal of PR is
  - (A) Increase production
  - (B) Increase sales only
  - (C) Create mutual understanding between organization and public
  - (D) Promote advertising
2. Effective PR communication should be
  - (A) Clear and transparent
  - (B) Confusing
  - (C) Misleading
  - (D) Secretive
3. PR planning requires
  - (A) Goals
  - (B) Strategies
  - (C) Evaluation
  - (D) All of these
4. Public opinion research helps PR to
  - (A) Understand attitudes of publics
  - (B) Increase advertising
  - (C) Promote sales
  - (D) Reduce communication
5. Corporate social responsibility communication helps to
  - (A) Improve organizational reputation
  - (B) Increase taxes
  - (C) Reduce production
  - (D) Avoid publicity

1. पब्लिक रिलेशन का आखिरी गोल है:
  - (A) प्रोडक्शन बढ़ाना
  - (B) सिर्फ सेल्स बढ़ाना
  - (C) ऑर्गनाइजेशन और पब्लिक के बीच आपसी समझ बनाना
  - (D) एडवर्टाइजिंग को बढ़ावा देना
2. असरदार पब्लिक रिलेशन कम्युनिकेशन होना चाहिए:
  - (A) साफ और ट्रान्सपेरेंट
  - (B) कन्फ्यूज करने वाला
  - (C) गुमराह करने वाला
  - (D) सीक्रेट
3. पब्लिक रिलेशन प्लानिंग के लिए जरूरी है:
  - (A) गोल
  - (B) स्ट्रैटेजी
  - (C) इवैल्यूएशन
  - (D) ये सभी
4. पब्लिक ओपिनियन रिसर्च पब्लिक रिलेशन में मदद करता है:
  - (A) पब्लिक के नज़रिए को समझना
  - (B) एडवर्टाइजिंग बढ़ाना
  - (C) सेल्स को बढ़ावा देना
  - (D) कम्युनिकेशन कम करना
5. कॉर्पोरेट सोशल रिस्पॉन्सिबिलिटी कम्युनिकेशन में मदद मिलती है:
  - (A) ऑर्गनाइजेशनल रेप्युटेशन में सुधार
  - (B) टैक्स बढ़ाना
  - (C) प्रोडक्शन कम करना
  - (D) पब्लिसिटी से बचना

6. Stakeholder communication means
  - (A) Communication with suppliers only
  - (B) Communication with all interested groups
  - (C) Communication with employees only
  - (D) Communication with customers only
7. Public relations campaigns are
  - (A) Random communication
  - (B) Advertising only
  - (C) Planned communication efforts
  - (D) Sales promotion
8. Reputation management refers to
  - (A) Maintaining positive public image
  - (B) Increasing profits
  - (C) Reducing expenses
  - (D) Increasing production
9. PR helps organizations to
  - (A) Build credibility and trust
  - (B) Increase cost
  - (C) Reduce communication
  - (D) Control employees
10. Public relations mainly focus on
  - (A) Advertising
  - (B) Building long-term relationships with publics
  - (C) Production
  - (D) Distribution

6. स्टैकहोल्डर कम्युनिकेशन का मतलब है:
  - (A) सिर्फ सप्लायर के साथ कम्युनिकेशन
  - (B) सभी इंटररेस्टेड ग्रुप के साथ कम्युनिकेशन
  - (C) सिर्फ एम्प्लॉई के साथ कम्युनिकेशन
  - (D) सिर्फ कस्मटर के साथ कम्युनिकेशन
7. पब्लिक रिलेशन कैंपेन है:
  - (A) रैंडम कम्युनिकेशन
  - (B) सिर्फ एडवर्टाइजिंग
  - (C) प्लान्ड कम्युनिकेशन कोशिशें
  - (D) सेल्स प्रमोशन
8. रेप्युटेशन मैनेजमेंट का मतलब है:
  - (A) पॉजिटिव पब्लिक इमेज बनाए रखना
  - (B) प्रॉफिट बढ़ाना
  - (C) खर्च कम करना
  - (D) प्रोडक्शन बढ़ाना
9. पब्लिक रिलेशन ऑर्गनाइजेशन की मदद करता है:
  - (A) क्रेडिबिलिटी और भरोसा बनाना
  - (B) कॉस्ट बढ़ाना
  - (C) कम्युनिकेशन कम करना
  - (D) एम्प्लॉई कंट्रोल करना
10. पब्लिक रिलेशन मुख्य रूप से किस पर फोकस करते हैं:
  - (A) एडवर्टाइजिंग
  - (B) पब्लिक के साथ लंबे समय के रिश्ते बनाना
  - (C) प्रोडक्शन
  - (D) डिस्ट्रीब्यूशन

11. Digital communication in PR helps to
- (A) Reach large audiences quickly
  - (B) Reduce communication
  - (C) Increase production
  - (D) Control prices
12. Modern PR uses technology for
- (A) Communication
  - (B) Research
  - (C) Media monitoring
  - (D) All of these
13. Online reputation management refers to
- (A) Managing an organization's image on digital platforms
  - (B) Manufacturing products
  - (C) Financial reporting
  - (D) Production management
14. Social media helps PR professionals to
- (A) Reduce communication
  - (B) Engage directly with audiences
  - (C) Stop advertising
  - (D) Avoid media
15. Digital PR mainly involves
- (A) Online communication and social media
  - (B) Printing brochures
  - (C) Television advertising
  - (D) Radio broadcasting
11. पब्लिक रिलेशन में डिजिटल कम्युनिकेशन मदद करता है:
- (A) बड़ी ऑडियंस तक जल्दी पहुंचना
  - (B) कम्युनिकेशन कम करना
  - (C) प्रोडक्शन बढ़ाना
  - (D) कीमतों को कंट्रोल करना
12. मॉडर्न पब्लिक रिलेशन टेक्नोलॉजी का इस्तेमाल करता है:
- (A) कम्युनिकेशन
  - (B) रिसर्च
  - (C) मीडिया मॉनिटरिंग
  - (D) ये सभी
13. ऑनलाइन रेप्युटेशन मैनेजमेंट का मतलब है:
- (A) डिजिटल प्लेटफॉर्म पर किसी ऑर्गनाइजेशन की इमेज मैनेज करना
  - (B) प्रोडक्ट बनाना
  - (C) फाइनेंशियल रिपोर्टिंग
  - (D) प्रोडक्शन मैनेजमेंट
14. सोशल मीडिया पब्लिक रिलेशन प्रोफेशनल्स की मदद करता है:
- (A) कम्युनिकेशन कम करना
  - (B) ऑडियंस से सीधे जुड़ना
  - (C) एडवरटाइजिंग बंद करना
  - (D) मीडिया से बचना
15. डिजिटल पब्लिक रिलेशन में मुख्य रूप से शामिल हैं:
- (A) ऑनलाइन कम्युनिकेशन और सोशल मीडिया
  - (B) ब्रोशर प्रिंट करना
  - (C) टेलीविजन एडवरटाइजिंग
  - (D) रेडियो ब्रॉडकास्टिंग

16. Ethical communication in PR should be
- Misleading
  - Manipulative
  - Truthful and responsible
  - Secretive
17. Code of ethics ensures
- Professional behavior in PR practice
  - Financial growth
  - Production increase
  - Marketing expansion
18. Professional PR organizations promote
- Professional standards and ethics
  - Sales promotion
  - Advertising growth
  - Manufacturing
19. Ethical PR practices require
- Honesty
  - Transparency
  - Responsibility
  - All of these
20. Accountability in PR means
- Being responsible for PR activities
  - Increasing profits
  - Marketing goods
  - Advertising products
16. पब्लिक रिलेशन में एथिकल कम्युनिकेशन होना चाहिए:
- गुमराह करने वाला
  - मैनिपुलेटिव
  - सच्चा और जिम्मेदार
  - सीक्रेट
17. कोड ऑफ एथिक्स यह पक्का करता है:
- पब्लिक रिलेशन प्रैक्टिस में प्रोफेशनल बिहेवियर
  - फाइनेंशियल ग्रोथ
  - प्रोडक्शन में बढ़ोतरी
  - मार्केटिंग एक्सपेंशन
18. प्रोफेशनल पब्लिक रिलेशन ऑर्गनाइजेशन बढ़ावा देते हैं:
- प्रोफेशनल स्टैंडर्ड और एथिक्स
  - सेल्स प्रमोशन
  - एडवरटाइजिंग ग्रोथ
  - मैन्युफैक्चरिंग
19. एथिकल पब्लिक रिलेशन प्रैक्टिस के लिए चाहिए:
- ईमानदारी
  - ट्रान्सपेरेंसी
  - जिम्मेदारी
  - ये सभी
20. पब्लिक रिलेशन में अकाउंटैबिलिटी का मतलब है:
- पब्लिक रिलेशन एक्टिविटी के लिए जिम्मेदार होना
  - प्रॉफिट बढ़ाना
  - सामान की मार्केटिंग करना
  - प्रोडक्ट का विज्ञापन करना

21. Consumer relations aim to
- (A) Increase production
  - (B) Build trust with customers
  - (C) Reduce sales
  - (D) Avoid feedback
22. Media relations aim to
- (A) Maintain good relations with journalists
  - (B) Control media
  - (C) Reduce publicity
  - (D) Avoid communication
23. Speech writing for executives is used for
- (A) Advertising goods
  - (B) Marketing products
  - (C) Communicating corporate messages
  - (D) Manufacturing planning
24. Feature writing mainly focuses on
- (A) Human interest stories
  - (B) Financial reports
  - (C) Product promotion
  - (D) Advertising slogans
25. Press release writing should be
- (A) Complex
  - (B) Clear, concise and factual
  - (C) Emotional
  - (D) Promotional only

21. कंज्यूमर रिलेशन का मकसद है:
- (A) प्रोडक्शन बढ़ाना
  - (B) कस्टमर के साथ भरोसा बनाना
  - (C) सेल्स कम करना
  - (D) फीडबैक से बचना
22. मीडिया रिलेशन का मकसद है:
- (A) पत्रकारों के साथ अच्छे रिश्ते बनाए रखना
  - (B) मीडिया को कंट्रोल करना
  - (C) पब्लिसिटी कम करना
  - (D) कम्युनिकेशन से बचना
23. स्पीच राइटिंग किसके लिए एग्जीक्यूटिव का इस्तेमाल होता है:
- (A) सामान का विज्ञापन करना
  - (B) प्रोडक्ट की मार्केटिंग करना
  - (C) कॉर्पोरेट मैसेज कम्युनिकेट करना
  - (D) मैनुफैक्चरिंग प्लानिंग
24. फीचर राइटिंग मुख्य रूप से किस पर फोकस करती है:
- (A) ह्यूमन इंटरेस्ट स्टोरीज़
  - (B) फाइनेंशियल रिपोर्ट्स
  - (C) प्रोडक्ट प्रमोशन
  - (D) एडवर्टाइजिंग स्लोगन
25. प्रेस रिलीज राइटिंग होने चाहिए:
- (A) कॉम्प्लेक्स
  - (B) क्लियर, छोटा और फैक्ट्स वाला
  - (C) इमोशनल
  - (D) सिर्फ प्रमोशनल

26. Conferences and seminars are examples of
- Marketing tools
  - Advertising campaigns
  - PR events
  - Sales promotion
27. Corporate events are organized mainly to
- Strengthen relationships with stakeholders
  - Increase taxes
  - Reduce marketing
  - Increase production
28. Welcoming guests in PR events helps to
- Increase production
  - Create positive impression
  - Reduce expenses
  - Promote advertising
29. Travel arrangements for guests include
- Ticket booking
  - Hotel booking
  - Local transport arrangement
  - All of these
30. Invitation letters are used to
- Sell products
  - Invite guests to PR events
  - Promote advertising
  - Conduct surveys
26. कॉन्फ्रेंस और सेमिनार इसके उदाहरण हैं:
- मार्केटिंग टूल्स
  - एडवरटाइजिंग कैम्पेन
  - पब्लिक रिलेशन इवेंट्स
  - सेल्स प्रमोशन
27. कॉर्पोरेट इवेंट्स मुख्य रूप से इसलिए ऑर्गनाइज किए जाते हैं:
- स्टेकहोल्डर्स के साथ रिश्ते मजबूत करने के लिए
  - टैक्स बढ़ाने के लिए
  - मार्केटिंग कम करने के लिए
  - प्रोडक्शन बढ़ाने के लिए
28. पब्लिक रिलेशन इवेंट्स में गेस्ट का वेलकम करने से मदद मिलती है:
- प्रोडक्शन बढ़ाने के लिए
  - पॉजिटिव इंप्रेशन बनाने के लिए
  - खर्च कम करने के लिए
  - एडवरटाइजिंग को प्रमोट करने के लिए
29. गेस्ट के ट्रैवल अरेंजमेंट में शामिल हैं:
- टिकट बुकिंग
  - होटल बुकिंग
  - लोकल ट्रांसपोर्ट अरेंजमेंट
  - ये सभी
30. इनविटेशन लेटर का इस्तेमाल होता है:
- प्रोडक्ट बेचने के लिए
  - पब्लिक रिलेशन इवेंट्स में गेस्ट को इनवाइट करने के लिए
  - एडवरटाइजिंग को प्रमोट करने के लिए
  - सर्वे करने के लिए

31. PR campaigns are designed to
- (A) Achieve specific communication objectives
  - (B) Increase manufacturing
  - (C) Reduce cost
  - (D) Improve sales only
32. A corporate brochure is used to
- (A) Manage finances
  - (B) Advertise products only
  - (C) Conduct training
  - (D) Provide information about the organization
33. A press kit usually contains
- (A) Company profile
  - (B) Press release
  - (C) Photographs
  - (D) All of these
34. Media relation is important because it
- (A) Increases production
  - (B) Helps in gaining positive publicity
  - (C) Reduces costs
  - (D) Controls advertising
35. Public affairs mainly deals with
- (A) Financial management
  - (B) Marketing
  - (C) Relations with government and public policy
  - (D) Product design
31. पब्लिक रिलेशन कैंपेन इसलिए डिज़ाइन किए जाते हैं:
- (A) खास कम्युनिकेशन मकसद हासिल करने के लिए
  - (B) मैनुफैक्चरिंग बढ़ाने के लिए
  - (C) खर्च कम करने के लिए
  - (D) सिर्फ सेल्स सुधारने के लिए
32. एक कॉर्पोरेट ब्रोशर का इस्तेमाल किसके लिए किया जाता है:
- (A) फाइनेंस मैनेज करने के लिए
  - (B) सिर्फ प्रोडक्ट्स का विज्ञापन करने के लिए
  - (C) ट्रेनिंग देने के लिए
  - (D) ऑर्गनाइजेशन के बारे में जानकारी देने के लिए
33. एक प्रेस किट में आमतौर पर ये होते हैं:
- (A) कंपनी प्रोफाइल
  - (B) प्रेस रिलीज़
  - (C) फोटोग्राफ
  - (D) ये सभी
34. मीडिया रिलेशन जरूरी है क्योंकि यह :
- (A) प्रोडक्शन बढ़ाता है।
  - (B) पॉजिटिव पब्लिसिटी पाने में मदद करता है।
  - (C) खर्च कम करता है।
  - (D) एडवर्टाइजिंग का कंट्रोल करता है।
35. पब्लिक अफेयर्स मुख्य रूप से इनसे जुड़े होते हैं:
- (A) फाइनेंशियल मैनेजमेंट
  - (B) मार्केटिंग
  - (C) सरकार और पब्लिक पॉलिसी के साथ संबंध
  - (D) प्रोडक्ट डिजाइन

36. Exhibition in PR is used to
- (A) Promote products only
  - (B) Communicate directly with the public
  - (C) Train employees
  - (D) Reduce costs
37. Corporate campaign focuses on
- (A) Enhancing corporate reputation
  - (B) Advertising goods
  - (C) Selling services
  - (D) Manufacturing products
38. Institutional campaign aims to
- (A) Sell products
  - (B) Improve the image of the organization
  - (C) Reduce costs
  - (D) Increase production
39. Advocacy campaign is mainly used to
- (A) Promote products
  - (B) Increase sales
  - (C) Influence public opinion on social or political issues
  - (D) Conduct marketing research
40. PR strategy refers to
- (A) Random communication
  - (B) Planned approach to achieve PR objectives
  - (C) Advertising campaign
  - (D) Sales strategy
36. पब्लिक रिलेशन में एग्जिबिशन का इस्तेमाल होता है:
- (A) सिर्फ प्रोडक्ट्स को प्रमोट करने के लिए
  - (B) जनता से सीधे बातचीत करें
  - (C) कर्मचारियों को ट्रेन करें
  - (D) खर्च कम करें
37. कॉर्पोरेट कैम्पेन किस पर फोकस करता है:
- (A) कॉर्पोरेट रेप्युटेशन बढ़ाना
  - (B) सामान का एडवरटाइजिंग करना
  - (C) सर्विस बेचना
  - (D) प्रोडक्ट्स बनाना
38. इंस्टीट्यूशनल कैम्पेन का मकसद होता है:
- (A) प्रोडक्ट्स बेचना
  - (B) ऑर्गनाइजेशन की इमेज सुधारना
  - (C) लागत कम करना
  - (D) प्रोडक्शन बढ़ाना
39. एडवोकेसी कैम्पेन का इस्तेमाल मुख्य रूप से किसके लिए किया जाता है:
- (A) प्रोडक्ट्स को प्रमोट करने के लिए
  - (B) सेल्स बढ़ाने के लिए
  - (C) सोशल या पॉलिटिकल मुद्दों पर पब्लिक ओपिनियन को प्रभावित करने के लिए
  - (D) मार्केटिंग रिसर्च करने के लिए
40. पब्लिक रिलेशन स्ट्रैटेजी का मतलब है:
- (A) रैंडम कम्युनिकेशन
  - (B) पब्लिक रिलेशन के मकसद को पाने के लिए प्लान्ड अप्रोच
  - (C) एडवरटाइजिंग कैम्पेन
  - (D) सेल्स स्ट्रैटेजी

41. PR strategy refers to
- (A) Random communication
  - (B) Planned communication approach
  - (C) Advertising only
  - (D) Sales promotion
42. Media kit includes
- (A) Press release
  - (B) Company profile
  - (C) Photos
  - (D) All of these
43. Corporate film is used to
- (A) Present organizational image
  - (B) Sell goods
  - (C) Train staff only
  - (D) Control finance
44. Exhibition in PR is used for
- (A) Production
  - (B) Public interaction and promotion
  - (C) Accounting
  - (D) Sales only
45. Advocacy campaign aims to
- (A) Influence public opinion on issues
  - (B) Sell products
  - (C) Promote advertising
  - (D) Increase sales

41. पब्लिक रिलेशन स्ट्रैटेजी का मतलब है:
- (A) रैंडम कम्युनिकेशन
  - (B) प्लान्ड कम्युनिकेशन अप्रोच
  - (C) सिर्फ एडवरटाइजिंग
  - (D) सेल्स प्रमोशन
42. मीडिया किट में शामिल है:
- (A) प्रेस रिलीज़
  - (B) कंपनी प्रोफाइल
  - (C) फोटो
  - (D) ये सभी
43. कॉर्पोरेट फिल्म का इस्तेमाल होता है:
- (A) ऑर्गनाइजेशनल इमेज दिखाने के लिए
  - (B) सामान बेचने के लिए
  - (C) सिर्फ स्टाफ को ट्रेन करने के लिए
  - (D) फाइनेंस कंट्रोल करने के लिए
44. पब्लिक रिलेशन में एग्जिबिशन का इस्तेमाल किसके लिए किया जाता है:
- (A) प्रोडक्शन
  - (B) पब्लिक इंटरैक्शन और प्रमोशन
  - (C) अकाउंटिंग
  - (D) सेल्स सिर्फ
45. एडवोकेसी कैम्पेन का मकसद है:
- (A) मुद्दों पर पब्लिक ओपिनियन को प्रभावित करना
  - (B) प्रोडक्ट बेचना
  - (C) एडवरटाइजिंग को प्रमोट करना
  - (D) सेल्स बढ़ाना

46. Emerging trends in PR include
- (A) Social media communication
  - (B) Digital PR
  - (C) Online reputation management
  - (D) All of these
47. Code of conduct ensures
- (A) Professional behavior in PR
  - (B) Profit growth
  - (C) Production increase
  - (D) Market expansion
48. Professional PR organizations promote
- (A) Standards and ethics in PR profession
  - (B) Advertising campaigns
  - (C) Marketing growth
  - (D) Sales promotion
49. Ethical PR practice requires
- (A) Honesty
  - (B) Transparency
  - (C) Responsibility
  - (D) All of these
50. Accountability in PR means
- (A) Responsibility for communication outcomes
  - (B) Profit maximization
  - (C) Marketing promotion
  - (D) Advertising growth
46. पब्लिक रिलेशन में उभरते ट्रेंड में शामिल हैं:
- (A) सोशल मीडिया कम्युनिकेशन
  - (B) डिजिटल पब्लिक रिलेशन
  - (C) ऑनलाइन रेप्युटेशन मैनेजमेंट
  - (D) ये सभी
47. कोड ऑफ कंडक्ट यह पक्का करता है:
- (A) पब्लिक रिलेशन में प्रोफेशनल व्यवहार
  - (B) प्रॉफिट ग्रोथ
  - (C) प्रोडक्शन में बढ़ोतरी
  - (D) मार्केट का विस्तार
48. प्रोफेशनल पब्लिक रिलेशन ऑर्गनाइजेशन प्रमोट करते हैं:
- (A) पब्लिक रिलेशन प्रोफेशन में स्टैंडर्ड और एथिक्स
  - (B) एडवरटाइजिंग कैंपेन
  - (C) मार्केटिंग ग्रोथ
  - (D) सेल्स प्रमोशन
49. एथिकल पब्लिक रिलेशन प्रैक्टिस के लिए जरूरी है:
- (A) ईमानदारी
  - (B) ट्रान्सपेरेंसी
  - (C) जिम्मेदारी
  - (D) ये सभी
50. पब्लिक रिलेशन में अकाउंटैबिलिटी का मतलब है:
- (A) कम्युनिकेशन के नतीजों की जिम्मेदारी
  - (B) प्रॉफिट मैक्सिमाइजेशन
  - (C) मार्केटिंग प्रमोशन
  - (D) एडवरटाइजिंग ग्रोथ

51. Consumer relations involve
- (A) Communication with customers
  - (B) Communication with employees
  - (C) Communication with suppliers
  - (D) Communication with competitors
52. Media relations aim to
- (A) Control media
  - (B) Maintain positive relations with journalists
  - (C) Avoid media
  - (D) Sell products
53. Speech writing is prepared for
- (A) Employees
  - (B) Corporate executives
  - (C) Customers
  - (D) Suppliers
54. Feature writing focuses on
- (A) Detailed story on topics or events
  - (B) Hard news only
  - (C) Advertising
  - (D) Sales promotion
55. Press release writing aims to
- (A) Promote sales
  - (B) Advertise products
  - (C) Provide newsworthy information
  - (D) Train employees

51. कंज्यूमर रिलेशन में शामिल है:
- (A) कस्टमर के साथ कम्युनिकेशन
  - (B) एम्प्लॉइज़ के साथ कम्युनिकेशन
  - (C) सप्लायर के साथ कम्युनिकेशन
  - (D) कॉम्पिटिटर के साथ कम्युनिकेशन
52. मीडिया रिलेशन का मकसद होता है:
- (A) मीडिया को कंट्रोल करना
  - (B) जर्नलिस्ट के साथ पॉजिटिव रिलेशन बनाए रखना
  - (C) मीडिया से बचना
  - (D) प्रोडक्ट बेचना
53. स्पीच राइटिंग किसके लिए तैयार की जाती है:
- (A) एम्प्लॉइज़
  - (B) कॉर्पोरेट एग्जीक्यूटिव
  - (C) कस्टमर
  - (D) सप्लायर
54. फीचर राइटिंग किस पर फोकस करती है:
- (A) टॉपिक या इवेंट्स पर डिटेल्ड स्टोरी
  - (B) सिर्फ हार्ड न्यूज़
  - (C) एडवर्टाइजिंग
  - (D) सेल्स प्रमोशन
55. प्रेस रिलीज लिखने का मकसद होता है:
- (A) सेल्स को प्रमोट करना
  - (B) प्रोडक्ट्स का विज्ञापन करना
  - (C) न्यूज़ लायक जानकारी देना
  - (D) एम्प्लॉइज़ को ट्रेन करना

56. Invitation letters are written to

- (A) Train staff
- (B) Advertise products
- (C) Invite guests to PR events
- (D) Recruit employees

57. Corporate brochure is used to

- (A) Provide information about organization
- (B) Advertise products
- (C) Train employees
- (D) Conduct surveys

58. Special events in PR include

- (A) Exhibitions
- (B) Seminars
- (C) Conferences
- (D) All of these

59. Checklist for press conference includes

- (A) Venue
- (B) Media invitations
- (C) Press kit
- (D) All of these

60. Press conference is organized to

- (A) Announce news to media
- (B) Advertise products
- (C) Train employees
- (D) Conduct research

56. इनविटेशन लेटर इसलिए लिखे जाते हैं:

- (A) स्टाफ को ट्रेन करना
- (B) प्रोडक्ट्स का विज्ञापन करना
- (C) पब्लिक रिलेशन इवेंट्स में गेस्ट्स को इनवाइट करना
- (D) एम्प्लॉइज़ को रिक्रूट करना

57. कॉर्पोरेट ब्रोशर का इस्तेमाल होता है:

- (A) ऑर्गनाइजेशन के बारे में जानकारी देना
- (B) प्रोडक्ट्स का विज्ञापन करना
- (C) एम्प्लॉइज़ को ट्रेन करना
- (D) सर्वे करना

58. स्पेशल इवेंट्स पब्लिक रिलेशन में शामिल हैं:

- (A) एग्जिबिशन
- (B) सेमिनार
- (C) कॉन्फ्रेंस
- (D) ये सभी

59. प्रेस कॉन्फ्रेंस के लिए चेकलिस्ट में शामिल हैं:

- (A) वेन्यू
- (B) मीडिया इनविटेशन
- (C) प्रेस किट
- (D) ये सभी

60. प्रेस कॉन्फ्रेंस इसलिए ऑर्गनाइज की जाती है:

- (A) मीडिया को न्यूज़ अनाउंस करने के लिए
- (B) प्रोडक्ट्स का विज्ञापन करने के लिए
- (C) एम्प्लॉइज़ को ट्रेन करने के लिए
- (D) रिसर्च करने के लिए

61. PRSI stands for
- (A) Public Relations Society of India
  - (B) Public Research Society of India
  - (C) Press Relations Society of India
  - (D) Public Relations Service Institute
62. IPRA stands for
- (A) Indian Public Relations Agency
  - (B) International Public Relations Association
  - (C) International Press Relations Agency
  - (D) Indian Public Research Agency
63. Code of ethics in PR promotes
- (A) Honesty and transparency
  - (B) Profit maximization
  - (C) Advertising growth
  - (D) Market expansion
64. PR and law deals with
- (A) Legal regulations affecting PR activities
  - (B) Production laws
  - (C) Banking laws
  - (D) Trade laws
65. PR research techniques include
- (A) Surveys
  - (B) Interviews
  - (C) Observation
  - (D) All of these

61. PRSI का मतलब है:
- (A) पब्लिक रिलेशंस सोसाइटी ऑफ इंडिया
  - (B) पब्लिक रिसर्च सोसाइटी ऑफ इंडिया
  - (C) प्रेस रिलेशंस सोसाइटी ऑफ इंडिया
  - (D) पब्लिक रिलेशंस सर्विस इंस्टिट्यूट
62. IPRA का मतलब है:
- (A) इंडियन पब्लिक रिलेशंस एजेंसी
  - (B) इंटरनेशनल पब्लिक रिलेशंस एसोसिएशन
  - (C) इंटरनेशनल प्रेस रिलेशंस एजेंसी
  - (D) इंडियन पब्लिक रिसर्च एजेंसी
63. पब्लिक रिलेशन में कोड ऑफ एथिक्स बढ़ावा देता है:
- (A) ईमानदारी और ट्रांसपेरेंसी
  - (B) प्रॉफिट मैक्सिमाइजेशन
  - (C) एडवरटाइजिंग ग्रोथ
  - (D) मार्केट एक्सपेंशन
64. पब्लिक रिलेशन और कानून इनसे जुड़े हैं:
- (A) पब्लिक रिलेशन एक्टिविटी पर असर डालने वाले कानूनी नियम
  - (B) प्रोडक्शन कानून
  - (C) बैंकिंग कानून
  - (D) ट्रेड कानून
65. पब्लिक रिलेशन रिसर्च टेक्नीक में शामिल है:
- (A) सर्वे
  - (B) इंटरव्यू
  - (C) ऑब्ज़र्वेशन
  - (D) ये सभी

66. Crisis management in PR means
- (A) Financial management
  - (B) Handling negative situations affecting reputation
  - (C) Marketing strategy
  - (D) Production planning
67. PR for NGOs focuses on
- (A) Social awareness and fundraising
  - (B) Advertising goods
  - (C) Manufacturing
  - (D) Trading
68. PR for hospitals aims to
- (A) Increase profit
  - (B) Improve public trust and reputation
  - (C) Reduce services
  - (D) Increase price
69. Dealer relations focus on
- (A) Relations with distributors and dealers
  - (B) Employee relations
  - (C) Government relations
  - (D) Community relations
70. Shareholder relations involve
- (A) Advertising products
  - (B) Communication with employees
  - (C) Communication with investors
  - (D) Production planning
66. पब्लिक रिलेशन में क्राइसिस मैनेजमेंट का मतलब है:
- (A) फाइनेंशियल मैनेजमेंट
  - (B) रेप्युटेशन पर असर डालने वाली नेगेटिव सिचुएशन को संभालना
  - (C) मार्केटिंग स्ट्रैटेजी
  - (D) प्रोडक्शन प्लानिंग
67. NGO के लिए पब्लिक रिलेशन का फोकस होता है:
- (A) सोशल अवेयरनेस और फंडरेजिंग
  - (B) सामान का विज्ञापन
  - (C) मैनुफैक्चरिंग
  - (D) ट्रेडिंग
68. हॉस्पिटल के लिए पब्लिक रिलेशन का मकसद होता है:
- (A) प्रॉफिट बढ़ाना
  - (B) पब्लिक का भरोसा और रेप्युटेशन बेहतर करना
  - (C) सर्विस कम करना
  - (D) कीमत बढ़ाना
69. डीलर रिलेशन पर फोकस होता है:
- (A) डिस्ट्रीब्यूटर और डीलर के संबंध
  - (B) एम्प्लॉई रिलेशन
  - (C) सरकारी रिलेशन
  - (D) कम्युनिटी रिलेशन
70. शेयरहोल्डर रिलेशन में शामिल है:
- (A) प्रोडक्ट्स का विज्ञापन
  - (B) एम्प्लॉई के साथ कम्युनिकेशन
  - (C) इन्वेस्टर के साथ कम्युनिकेशन
  - (D) प्रोडक्शन प्लानिंग

71. Stakeholders include
- (A) Employees
  - (B) Customers
  - (C) Investors
  - (D) All of these
72. Corporate communication refers to
- (A) Production communication
  - (B) Communication between organization and stakeholders
  - (C) Marketing communication
  - (D) Sales communication
73. PR differs from advertising because PR
- (A) Is paid communication
  - (B) Focuses only on sales
  - (C) Focuses on reputation management
  - (D) Promotes products only
74. PR agencies provide
- (A) Manufacturing services
  - (B) Transport services
  - (C) Professional PR consultancy
  - (D) Production services
75. PR counseling means
- (A) Advising management on PR matters
  - (B) Advertising planning
  - (C) Marketing planning
  - (D) Product promotion

71. स्टैकहोल्डर्स में शामिल हैं:
- (A) एम्प्लॉई
  - (B) कस्टमर
  - (C) इन्वेस्टर
  - (D) ये सभी
72. कॉर्पोरेट कम्युनिकेशन का मतलब है:
- (A) प्रोडक्शन कम्युनिकेशन
  - (B) ऑर्गनाइजेशन और स्टैकहोल्डर्स के बीच कम्युनिकेशन
  - (C) मार्केटिंग कम्युनिकेशन
  - (D) सेल्स कम्युनिकेशन
73. पब्लिक रिलेशन एडवर्टाइजिंग से अलग है क्योंकि Public Relation
- (A) पेड कम्युनिकेशन है।
  - (B) सिर्फ सेल्स पर फोकस करता है।
  - (C) रेप्युटेशन मैनेजमेंट पर फोकस करता है।
  - (D) सिर्फ प्रोडक्ट को प्रमोट करता है।
74. पब्लिक रिलेशन एजेंसियां देती हैं:
- (A) मैन्युफैक्चरिंग सर्विस
  - (B) ट्रांसपोर्ट सर्विस
  - (C) प्रोफेशनल पब्लिक रिलेशन कंसल्टेंसी
  - (D) प्रोडक्शन सर्विस
75. पब्लिक रिलेशन काउंसलिंग का मतलब है:
- (A) पब्लिक रिलेशन मामलों पर मैनेजमेंट को सलाह देना
  - (B) एडवर्टाइजिंग प्लानिंग
  - (C) मार्केटिंग प्लानिंग
  - (D) प्रोडक्ट प्रमोशन

76. PR in public sector focuses on
- (A) Profit maximization
  - (B) Public service communication
  - (C) Marketing promotion
  - (D) Sales growth
77. Employee relations aim to
- (A) Maintain good relations with employees
  - (B) Increase production
  - (C) Reduce salary
  - (D) Increase profits
78. Community relations refer to
- (A) Relations with local society
  - (B) Relations with employees
  - (C) Relations with suppliers
  - (D) Relations with competitors
79. External publics include
- (A) Customers
  - (B) Employees
  - (C) Government
  - (D) Media
80. Internal publics include
- (A) Customers
  - (B) Employees
  - (C) Government
  - (D) Media
81. Media relations help in
- (A) Creating favorable publicity
  - (B) Reducing cost
  - (C) Increasing production
  - (D) Controlling markets
76. पब्लिक सेक्टर में पब्लिक रिलेशन का फोकस होता है:
- (A) प्रॉफिट मैक्सिमाइजेशन
  - (B) पब्लिक सर्विस कम्युनिकेशन
  - (C) मार्केटिंग प्रमोशन
  - (D) सेल्स ग्रोथ
77. एम्प्लॉई रिलेशन का मकसद है:
- (A) एम्प्लॉई के साथ अच्छे रिलेशन बनाए रखना
  - (B) प्रोडक्शन बढ़ाना
  - (C) सैलरी कम करना
  - (D) प्रॉफिट बढ़ाना
78. कम्युनिटी रिलेशन का मतलब है:
- (A) लोकल सोसाइटी के साथ रिलेशन
  - (B) एम्प्लॉई के साथ रिलेशन
  - (C) सप्लायर के साथ रिलेशन
  - (D) कॉम्पिटिटर के साथ रिलेशन
79. बाहरी लोगों में शामिल है:
- (A) एम्प्लॉई
  - (B) मैनेजर
  - (C) कस्टमर और कम्युनिटी
  - (D) स्टाफ
80. इंटरनल पब्लिक में शामिल है:
- (A) कस्टमर
  - (B) एम्प्लॉई
  - (C) सरकार
  - (D) मीडिया
81. मीडिया रिलेशन में मदद मिलती है:
- (A) अच्छी पब्लिसिटी बनाना
  - (B) लागत कम करना
  - (C) प्रोडक्शन बढ़ाना
  - (D) मार्केट को कंट्रोल करना

82. PR tools include
- (A) Press release
  - (B) Events
  - (C) Publications
  - (D) All of these
83. Press release is used for
- (A) Providing news information to media
  - (B) Advertising products
  - (C) Internal communication
  - (D) Training staff
84. Press conference is organized to
- (A) Promote products
  - (B) Provide information to journalists
  - (C) Conduct meetings
  - (D) Train employees
85. Media relations means
- (A) Advertising in newspapers
  - (B) Selling products
  - (C) Printing publications
  - (D) Maintaining relations with media organizations
86. PR practitioners mainly function as
- (A) Sales managers
  - (B) Communication specialists
  - (C) Financial managers
  - (D) Production managers

82. पब्लिक रिलेशन टूल्स में शामिल हैं:
- (A) प्रेस रिलीज
  - (B) इवेंट्स
  - (C) पब्लिकेशन
  - (D) ये सभी
83. प्रेस रिलीज़ का इस्तेमाल किसके लिए किया जाता है:
- (A) मीडिया को न्यूज़ की जानकारी देना
  - (B) प्रोडक्ट्स का विज्ञापन करना
  - (C) इंटरनल कम्युनिकेशन
  - (D) स्टाफ को ट्रेनिंग देना
84. प्रेस कॉन्फ्रेंस इसलिए की जाती है:
- (A) प्रोडक्ट्स को प्रमोट करना
  - (B) पत्रकारों को जानकारी देना
  - (C) मीटिंग करना
  - (D) कर्मचारियों को ट्रेन करना
85. मीडिया रिलेशन का मतलब है:
- (A) अखबारों में विज्ञापन देना
  - (B) प्रोडक्ट्स बेचना
  - (C) पब्लिकेशन प्रिंट करना
  - (D) मीडिया ऑर्गनाइजेशन के साथ संबंध बनाए रखना
86. पब्लिक रिलेशन प्रैक्टिशनर मुख्य रूप से काम करते हैं:
- (A) सेल्स मैनेजर
  - (B) कम्युनिकेशन स्पेशलिस्ट
  - (C) फाइनेंशियल मैनेजर
  - (D) प्रोडक्शन मैनेजर

87. Evaluation in PR helps to
- (A) Increase production
  - (B) Increase sales
  - (C) Measure effectiveness of PR programs
  - (D) Reduce cost
88. PR research is conducted to
- (A) Increase sales
  - (B) Increase profits
  - (C) Understand public attitudes
  - (D) Advertise products
89. Implementation stage refers to
- (A) Executing PR strategies
  - (B) Planning strategies
  - (C) Research activities
  - (D) Evaluation
90. The first stage in PR process is
- (A) Evaluation
  - (B) Planning
  - (C) Implementation
  - (D) Research
91. Main objective of PR is
- (A) Selling goods
  - (B) Maintaining positive relationship with stakeholders
  - (C) Marketing promotion
  - (D) Financial growth

87. पब्लिक रिलेशन में मूल्यांकन से मदद करती है:
- (A) प्रोडक्शन बढ़ाना
  - (B) बिक्री बढ़ाना
  - (C) पब्लिक रिलेशन प्रोग्राम्स का असर मापना
  - (D) लागत कम करना
88. पब्लिक रिलेशन रिसर्च इसलिए की जाती है:
- (A) सेल्स बढ़ाना
  - (B) प्रॉफिट बढ़ाना
  - (C) पब्लिक एटीट्यूड को समझना
  - (D) प्रोडक्ट्स का विज्ञापन करना
89. इम्प्लीमेंटेशन स्टेज का मतलब है:
- (A) पब्लिक रिलेशन स्ट्रैटेजी को एग्जीक्यूट करना
  - (B) स्ट्रैटेजी की प्लानिंग
  - (C) रिसर्च एक्टिविटी
  - (D) इवैल्यूएशन
90. पब्लिक रिलेशन प्रोसेस में पहला स्टेज है:
- (A) इवैल्यूएशन
  - (B) प्लानिंग
  - (C) इम्प्लीमेंटेशन
  - (D) रिसर्च
91. पब्लिक रिलेशन का मुख्य मकसद है:
- (A) सामान बेचना
  - (B) स्टैकहोल्डर्स के साथ पॉजिटिव रिलेशन बनाए रखना
  - (C) मार्केटिंग प्रमोशन
  - (D) फाइनेंशियल ग्रोथ

92. PR helps organizations to
- (A) Increase production
  - (B) Reduce taxes
  - (C) Build goodwill and reputation
  - (D) Increase sales only
93. Public opinion means
- (A) Government decision
  - (B) Market price
  - (C) Views held by majority of people
  - (D) Company profit
94. PR as a management function involves
- (A) Advertising only
  - (B) Marketing
  - (C) Production planning
  - (D) Planning and managing relations with publics
95. Propaganda refers to
- (A) Balanced information
  - (B) Manipulation of public opinion
  - (C) Neutral communication
  - (D) Educational communication
96. Publicity differs from PR because publicity is
- (A) Short-term communication activity
  - (B) Long-term relationship building
  - (C) Strategic communication
  - (D) Corporate communication

92. पब्लिक रिलेशन ऑर्गनाइज़ेशन की मदद करता है:
- (A) प्रोडक्शन बढ़ाना
  - (B) टैक्स कम करना
  - (C) गुडविल और रेप्युटेशन बनाना
  - (D) सिर्फ सेल्स बढ़ाना
93. पब्लिक ओपिनियन का मतलब है:
- (A) सरकारी फैसला
  - (B) मार्केट प्राइस
  - (C) ज्यादातर लोगों के विचार
  - (D) कंपनी का प्रॉफिट
94. एक मैनेजमेंट फंक्शन के तौर पर पब्लिक रिलेशन में शामिल है:
- (A) सिर्फ एडवर्टाइजिंग
  - (B) मार्केटिंग
  - (C) प्रोडक्शन प्लानिंग
  - (D) पब्लिक के साथ रिलेशन की प्लानिंग और मैनेजिंग
95. प्रोपेगैंडा का मतलब है:
- (A) बैलेंस्ड जानकारी
  - (B) पब्लिक ओपिनियन का मैनिपुलेशन
  - (C) न्यूट्रल कम्युनिकेशन
  - (D) एजुकेशनल कम्युनिकेशन
96. पब्लिसिटी, पब्लिक रिलेशन से अलग है क्योंकि पब्लिसिटी है:
- (A) शॉर्ट-टर्म कम्युनिकेशन एक्टिविटी
  - (B) लॉन्ग-टर्म रिलेशनशिप बनाना
  - (C) स्ट्रेटेजिक कम्युनिकेशन
  - (D) कॉर्पोरेट कम्युनिकेशन

97. Growth of PR in India increased significantly after
- (A) Independence of India  
(B) Industrial revolution  
(C) World War I  
(D) British rule
98. The term Public Relations became widely popular during
- (A) 18th century  
(B) 20th century  
(C) 17th century  
(D) 19th century
99. PR as a communication function emphasizes
- (A) One-way communication  
(B) Two-way communication between organization and public  
(C) Advertising only  
(D) Selling goods
100. Public Relations mainly deals with
- (A) Building mutual understanding between organization and public  
(B) Advertising products only  
(C) Selling goods  
(D) Manufacturing products
97. भारत में पब्लिक रिलेशन की ग्रोथ काफी बढ़ी:
- (A) भारत की आजादी  
(B) इंडस्ट्रियल क्रांति  
(C) पहला विश्व युद्ध  
(D) ब्रिटिश राज
98. पब्लिक रिलेशन शब्द इस दौरान बहुत पॉपुलर हुआ:
- (A) 18वीं सदी  
(B) 20वीं सदी  
(C) 17वीं सदी  
(D) 19वीं सदी
99. एक कम्युनिकेशन फंक्शन के तौर पर पब्लिक रिलेशन पर जोर देता है:
- (A) वन-वे कम्युनिकेशन  
(B) ऑर्गनाइजेशन और पब्लिक के बीच टू-वे कम्युनिकेशन  
(C) सिर्फ विज्ञापन करना  
(D) सामान बेचना
100. पब्लिक रिलेशन मुख्य रूप से इनसे जुड़ा है:
- (A) ऑर्गनाइजेशन और पब्लिक के बीच आपसी समझ बनाना  
(B) सिर्फ प्रोडक्ट्स का विज्ञापन करना  
(C) सामान बेचना  
(D) प्रोडक्ट्स बनाना

**Rough Work**  
रफ़ कार्य

**Example :**

Question :

- Q. 1    (A)    ●    (C)    (D)
- Q. 2    (A)    (B)    ●    (D)
- Q. 3    (A)    ●    (C)    (D)

5. Each question carries equal marks. Marks will be awarded according to the number of correct answers you have.
6. All answers are to be given on OMR Answer Sheet only. Answers given anywhere other than the place specified in the answer sheet will not be considered valid.
7. Before writing anything on the OMR Answer Sheet, all the instructions given in it should be read carefully.
8. After the completion of the examination candidates should leave the examination hall only after providing their OMR Answer Sheet to the invigilator. Candidate can carry their Question Booklet.
9. There will be no negative marking.
10. Rough work, if any, should be done on the blank pages provided for the purpose in the booklet.
11. To bring and use of log-book, calculator, pager & cellular phone in examination hall is prohibited.
12. In case of any difference found in English and Hindi version of the question, the English version of the question will be held authentic.

**Impt. On opening the question booklet, first check that all the pages of the question booklet are printed properly. If there is any discrepancy in the question booklet, then after showing it to the invigilator, get another question booklet of the same series.**

**उदाहरण :**

प्रश्न :

- प्रश्न 1    (A)    ●    (C)    (D)
- प्रश्न 2    (A)    (B)    ●    (D)
- प्रश्न 3    (A)    ●    (C)    (D)

5. प्रत्येक प्रश्न के अंक समान हैं। आपके जितने उत्तर सही होंगे, उन्हीं के अनुसार अंक प्रदान किये जायेंगे।
6. सभी उत्तर केवल ओ.एम.आर. उत्तर-पत्रक (OMR Answer Sheet) पर ही दिये जाने हैं। उत्तर-पत्रक में निर्धारित स्थान के अलावा अन्यत्र कहीं पर दिया गया उत्तर मान्य नहीं होगा।
7. ओ.एम.आर. उत्तर-पत्रक (OMR Answer Sheet) पर कुछ भी लिखने से पूर्व उसमें दिये गये सभी अनुदेशों को सावधानीपूर्वक पढ़ लिया जाये।
8. परीक्षा समाप्ति के उपरान्त परीक्षार्थी कक्ष निरीक्षक को अपनी OMR Answer Sheet उपलब्ध कराने के बाद ही परीक्षा कक्ष से प्रस्थान करें। परीक्षार्थी अपने साथ प्रश्न-पुस्तिका ले जा सकते हैं।
9. निगेटिव मार्किंग नहीं है।
10. कोई भी रफ कार्य, प्रश्न-पुस्तिका में, रफ-कार्य के लिए दिए खाली पेज पर ही किया जाना चाहिए।
11. परीक्षा कक्ष में लॉग-बुक, कैल्कुलेटर, पेजर तथा सेल्युलर फोन ले जाना तथा उसका उपयोग करना वर्जित है।
12. प्रश्न के हिन्दी एवं अंग्रेजी रूपान्तरण में भिन्नता होने की दशा में प्रश्न का अंग्रेजी रूपान्तरण ही मान्य होगा।

**महत्वपूर्ण :** प्रश्न-पुस्तिका खोलने पर प्रथमतः जाँच कर देख लें कि प्रश्न-पुस्तिका के सभी पृष्ठ भलीभाँति छपे हुए हैं। यदि प्रश्न-पुस्तिका में कोई कमी हो, तो कक्षनिरीक्षक को दिखाकर उसी सीरीज की दूसरी प्रश्न-पुस्तिका प्राप्त कर लें।