

Roll No.-----

Paper Code		
5	1	7
(To be filled in the OMR Sheet)		

प्रश्नपुस्तिका क्रमांक
Question Booklet No.

O.M.R. Serial No.

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

प्रश्नपुस्तिका सीरीज
Question Booklet Series
D

M.Lib(First Semester) Examination, February/March-2022

ML-103

Marketing of Information Product and Services

Time : 1:30 Hours

Maximum Marks-100

जब तक कहा न जाय, इस प्रश्नपुस्तिका को न खोलें

- निर्देश : —
1. परीक्षार्थी अपने अनुक्रमांक, विषय एवं प्रश्नपुस्तिका की सीरीज का विवरण यथास्थान सही— सही भरे, अन्यथा मूल्यांकन में किसी भी प्रकार की विसंगति की दशा में उसकी जिम्मेदारी स्वयं परीक्षार्थी की होगी।
 2. इस प्रश्नपुस्तिका में 100 प्रश्न हैं, जिनमें से केवल 75 प्रश्नों के उत्तर परीक्षार्थियों द्वारा दिये जाने हैं। प्रत्येक प्रश्न के चार वैकल्पिक उत्तर प्रश्न के नीचे दिये गये हैं। इन चारों में से केवल एक ही उत्तर सही है। जिस उत्तर को आप सही या सबसे उचित समझते हैं, अपने उत्तर पत्रक (O.M.R. ANSWER SHEET) में उसके अक्षर वाले वृत्त को काले या नीले बाल प्वाइंट पेन से पूरा भर दें। यदि किसी परीक्षार्थी द्वारा निर्धारित प्रश्नों से अधिक प्रश्नों के उत्तर दिये जाते हैं तो उसके द्वारा हल किये गये प्रथमतः यथा निर्दिष्ट प्रश्नोत्तरों का ही मूल्यांकन किया जायेगा।
 3. प्रत्येक प्रश्न के अंक समान हैं। आप के जितने उत्तर सही होंगे, उन्हीं के अनुसार अंक प्रदान किये जायेंगे।
 4. सभी उत्तर केवल ओ०एम०आर० उत्तर पत्रक (O.M.R. ANSWER SHEET) पर ही दिये जाने हैं। उत्तर पत्रक में निर्धारित स्थान के अलावा अन्यत्र कहीं पर दिया गया उत्तर मान्य नहीं होगा।
 5. ओ०एम०आर० उत्तर पत्रक (O.M.R. ANSWER SHEET) पर कुछ भी लिखने से पूर्व उसमें दिये गये सभी अनुदेशों को सावधानीपूर्वक पढ़ लिया जाय।
 6. परीक्षा समाप्ति के उपरान्त परीक्षार्थी कक्ष निरीक्षक को अपनी प्रश्नपुस्तिका बुकलेट एवं ओ०एम०आर० शीट पृथक—पृथक उपलब्ध कराने के बाद ही परीक्षा कक्ष से प्रस्थान करें।
 7. निगेटिव मार्किंग नहीं है।

महत्वपूर्ण : — प्रश्नपुस्तिका खोलने पर प्रथमतः जाँच कर देख लें कि प्रश्नपुस्तिका के सभी पृष्ठ भलीभाँति छपे हुए हैं। यदि प्रश्नपुस्तिका में कोई कमी हो, तो कक्ष निरीक्षक को दिखाकर उसी सीरीज की दूसरी प्रश्नपुस्तिका प्राप्त कर लें।

Rough Work / रफ कार्य

1. C.P.M. is developed by:
- (A) DU Point Company
 - (B) Aircraft Corporation
 - (C) I.I.M.
 - (D) I.B.M.

2. Task and bonus system are developed by?
- (A) Henry Fayol
 - (B) Newman and Sumer
 - (C) Phillip Kotler
 - (D) Henry Gantt

3. Outreach means_____?
- (A) Marketing
 - (B) Advertising
 - (C) Reaching out to the users
 - (D) None of the above

4. Information as a commodity is characterized by which of the following attributes:
- (A) Public good concept
 - (B) Indivisibility
 - (C) Non-depletability
 - (D) All the above

1. C.P.M किसके द्वारा विकसित किया गया है?
- (A) डीयू प्वाइंट कम्पनी
 - (B) विमान निगम
 - (C) आई0आई0एम0
 - (D) आई0बी0एम0

2. टास्क और बोनस सिस्टम किसके द्वारा विकसित किया गया है ?
- (A) हेनरी फेयोल
 - (B) न्यूमैन और सुमेर
 - (C) फिलिप कोटलर
 - (D) हेनरी गैंट्ट

3. आउटरीच का मतलब ?
- (A) विपणन
 - (B) विज्ञापन
 - (C) उपयोगकर्ताओं तक पहुंचना
 - (D) इनमें से कोई भी नहीं

4. एक वस्तु के रूप में सूचना की विशेषता निम्नलिखित में से किस विशेषता से होती है :
- (A) सार्वजनिक अच्छी अवधारणा
 - (B) अविभाज्यता
 - (C) गैर-अपूर्णता
 - (D) उपरोक्त सभी

5. Which of the following is the network technique?

- (A) C.P.M.
- (B) P.E.R.T.
- (C) M.B.O.
- (D) None of these

6. Which of the following activities is the activity of marketing?

- (A) Selling
- (B) Promotion
- (C) Price
- (D) None of these

7. G.O.C. helps libraries in determining?

- (A) Foreign exchange rates
- (B) Giving agents details
- (C) Foreign Agencies
- (D) None of these

8. C.P.M. was developed in the year?

- (A) 1957
- (B) 1967
- (C) 1958
- (D) 1968

9. When was PERT developed?

- (A) 1938
- (B) 1948
- (C) 1958
- (D) 1968

5. निम्नलिखित में से कौन सी नेटवर्क तकनीक है ?

- (A) सी० पी० एम०
- (B) पी० ई० आर० टी०
- (C) एम० बी० ओ०
- (D) इनमें से कोई नहीं

6. निम्नलिखित में से कौन सी गतिविधि विपणन की गतिविधि है ?

- (A) बेचना
- (B) पदोन्नति
- (C) कीमत
- (D) इनमें से कोई नहीं

7. जी०ओ०सी० पुस्तकालयों को निर्धारित करने में मदद करता है ?

- (A) विदेशी विनिमय दर
- (B) एजेंटों का विवरण देना
- (C) विदेशी एजेंसियां
- (D) इनमें से कोई नहीं

8. सी०पी०एम० का विकास किस वर्ष हुआ था ?

- (A) 1957
- (B) 1958
- (C) 1967
- (D) 1968

9. PERT कब विकसित किया गया था ?

- (A) 1938
- (B) 1948
- (C) 1958
- (D) 1968

10. Find the Correct statement:
- (A) When production costs goes up, Supply goes down
 - (B) When production costs goes down, Supply goes up
 - (C) Both correct
 - (D) Both incorrect
11. Find the correct sequence:
- (A) Analyze, Control, Define, Measure, Improve
 - (B) Define, Measure, Analyze, Improve, Control
 - (C) Measure, Define, Improve, Control, Analyze
 - (D) Define, Improve, Measure, Analyze, Control
12. In which year six sigma was introduced:
- (A) 1976
 - (B) 1986
 - (C) 1988
 - (D) 1989
13. Six Sigma was introduced by:
- (A) Joseph M Juran
 - (B) John Thompson
 - (C) Bill Smith and Mickel Larry
 - (D) Bill smith and Mikel Harry

10. सही कथन खोजें :
- (A) जब उत्पादन लागत बढ़ती है, तो आपूर्ति कम हो जाती है
 - (B) जब उत्पादन लागत कम होती है, तो आपूर्ति बढ़ जाती है
 - (C) दोनों सही
 - (D) दोनों गलत
11. सही अनुक्रम खोजें :
- (A) विश्लेषण करें, नियंत्रण करें, परिभाषित करें, मापें, सुधारें
 - (B) परिभाषित करें, मापें, विश्लेषण करें, सुधारें, नियंत्रण करें
 - (C) मापें, परिभाषित करें, सुधारें, नियंत्रण करें, विश्लेषण करें
 - (D) परिभाषित करें, सुधारें, मापें, विश्लेषण करें, नियंत्रण करें
12. सिक्स सिग्मा को किस वर्ष पेश किया गया था:
- (A) 1976
 - (B) 1986
 - (C) 1988
 - (D) 1989
13. सिक्स सिग्मा किसके द्वारा पेश किया गया था?
- (A) जोसेफ एम0 जुरानो
 - (B) जॉन थॉम्पसन
 - (C) बिल स्मिथ और मिकेल लैरी
 - (D) बिल स्मिथ और मिकेल हैरी

14. 7'C is defined as:
- (A) Context, Content, Community, Customisation, Communication, Contact, Commerce
 - (B) Context, Content, Community, Customisation, Communication, Connection, Commerce
 - (C) Context, Content, Community, Customisation, Communication' Connection, Commerce
 - (D) Context, Content, Convenience, Clarity, Communication, Connection. Commerce
15. 7'C was developed in which year:
- (A) 1999
 - (B) 2001
 - (C) 2002
 - (D) 2005
16. 7'C was developed by:
- (A) R Rayport and Jawosky
 - (B) F. W. Taylor
 - (C) H. E. Bliss
 - (D) Henri Fayol
17. Which one is not E-marketing Classification?
- (A) Business to Business E-Marketing
 - (B) Business to Consumer E-Marketing
 - (C) Consumer to Consumer E-Marketing
 - (D) All of the above

14. 7'C को के रूप में परिभाषित किया गया है :
- (A) प्रसंग, सामग्री, समुदाय, अनुकूलन, संचार, संपर्क, वाणिज्य
 - (B) प्रसंग, सामग्री, समुदाय, अनुकूलन, संचार, कनेक्शन, वाणिज्य
 - (C) प्रसंग, सामग्री, समुदाय, अनुकूलन, संचार, कनेक्शन, वाणिज्य
 - (D) प्रसंग, सामग्री, सुविधा, स्पष्टता, संचार, कनेक्शन, वाणिज्य
15. 7'C किस वर्ष विकसित किया गया था :
- (A) 1999
 - (B) 2001
 - (C) 2002
 - (D) 2005
16. 7'C द्वारा विकसित किया गया था :
- (A) एफ0 रेपोर्ट और जॉव्स्की
 - (B) एफ0 डब्ल्यू0 टेलर
 - (C) एच0 ई0 ब्लिस
 - (D) हेनरी फेयोल
17. कौन सा ई-मार्केटिंग वर्गीकरण नहीं है ?
- (A) बिजनेस टू बिजनेस ई-मार्केटिंग
 - (B) बिजनेस टू कंज्यूमर ई-मार्केटिंग
 - (C) उपभोक्ता से उपभोक्ता ई-मार्केटिंग
 - (D) ऊपर के सभी

18. Transforming information into a more understandable, readable and acceptable presentation and putting it into more usable forms is known as:
- (A) Packaging
 - (B) Repackaging
 - (C) Both
 - (D) None of the above
19. PERT is a technique for:
- (A) Collection of data
 - (B) Job analysis
 - (C) System analysis
 - (D) Job Description
20. A skillful method of providing means mechanism and structural elements to streamline organizational work is known as:
- (A) Strategic planning
 - (B) Role analysis
 - (C) Work culture
 - (D) Autonomous planning
21. Another term of PERT is:
- (A) C.P.M.
 - (B) POSDCORB
 - (C) M.B.O.
 - (D) H.R.M.
22. Who said the demand and supply theory of books?
- (A) Melville Dewey
 - (B) Dr. S.R. Ranganathan
 - (C) Mc Colvin
 - (D) Sayers

18. जानकारी को अधिक समझने योग्य, पठनीय और स्वीकार्य प्रस्तुति में बदलना और इसे अधिक उपयोगी रूपों में डालना कहलाता है :
- (A) पैकेजिंग
 - (B) रिपैकेजिंग
 - (C) दोनों
 - (D) इनमें से कोई भी नहीं
19. PERT किसके लिए एक तकनीक है ?
- (A) डेटा का संग्रहण
 - (B) कार्य विश्लेषण
 - (C) प्रणाली विश्लेषण
 - (D) नौकरी का विवरण
20. संगठनात्मक कार्य को सुव्यवस्थित करने के लिए साधन तंत्र और संरचनात्मक तत्व प्रदान करने की एक कुशल विधि कि रूप में जाना जाता है :
- (A) रणनीतिक योजना
 - (B) भूमिका विश्लेषण
 - (C) कार्य संस्कृति
 - (D) स्वायत्त योजना
21. PERT का दूसरा पद है :
- (A) सी०पी०एम०
 - (B) पोस्टडॉर्ब
 - (C) एम०बी०ओ०
 - (D) मानव संसाधन विकास मंत्री
22. किताबों की मांग और आपूर्ति का सिद्धान्त किसने कहा था ?
- (A) मेलविल डेवी
 - (B) डॉ० एस. आर० रंगनाथन
 - (C) मैक कोल्विन
 - (D) सेयर्स

23. Segmentation is associated with:
- (A) Classification
 - (B) Cataloguing
 - (C) Circulation
 - (D) Information Marketing
24. The aim of SWOT analysis is:
- (A) To develop strategies to deal with the external changes
 - (B) To develop strategies to deal with the internal changes
 - (C) To develop strategies to deal with the management changes
 - (D) None of the above
25. SWOT is a:
- (A) Strategic planning tool
 - (B) Quality tool
 - (C) Organisation tool
 - (D) Quantity tool
26. How many types of utility that marketers can satisfy customers' needs and wants?
- (A) Four
 - (B) Five
 - (C) Six
 - (D) Seven

23. विभाजन किसके साथ जुड़ा हुआ है ?
- (A) वर्गीकरण
 - (B) सूचीबद्ध
 - (C) प्रसार
 - (D) सूचना विपणन
24. SWOT विश्लेषण का उद्देश्य है :
- (A) बाहरी परिवर्तनों से निपटने के लिए रणनीति विकसित करना
 - (B) आंतरिक परिवर्तनों से निपटने के लिए रणनीति विकसित करना
 - (C) प्रबंधन परिवर्तनों से निपटने के लिए रणनीति विकसित करना
 - (D) इनमें से कोई भी नहीं
25. SWOT एक है :
- (A) रणनीतिक योजना उपकरण
 - (B) गुणवक्ता उपकरण
 - (C) संगठन उपकरण
 - (D) मात्रा उपकरण
26. विपणक ग्राहकों की जरूरतों और चाहतों को कितने प्रकार की उपयोगिता से संतुष्ट कर सकते हैं ?
- (A) चार
 - (B) पांच
 - (C) छः
 - (D) सात

27. Cs in marketing are:
- (A) Customer, Credibility, Cost, Coverage
 - (B) Content, Creation, Cost, Coverage
 - (C) Content, Credibility, Cost, Creation
 - (D) Content, Credibility, Cost, Coverage
28. CPM was developed by:
- (A) Newman and Sumer
 - (B) Morgan R. Walker and James E. Kelley
 - (C) Luther and Gullick
 - (D) John McDonald
29. SWOT stands for:
- (A) Strength, Weakness, Opportunity, threat
 - (B) Stock, Wealth, Opportunity, Trade
 - (C) Strength, Weakness, Order, Threat
 - (D) Strategy, Weakness, Opportunity, threat
30. PERT was developed by:
- (A) The Navy Special Project Office
 - (B) Bonz Allen Hamelton
 - (C) Both (A) and (B)
 - (D) None of the above

27. मार्केटिंग में 4 Cs हैं :
- (A) ग्राहक, विश्वसनीयता, लागत, कवरेज
 - (B) सामग्री, निर्माण, लागत, कवरेज
 - (C) सामग्री, विश्वसनीयता, लागत, निर्माण
 - (D) सामग्री, विश्वसनीयता, लागत, कवरेज
28. CPM किसके द्वारा विकसित किया गया था?
- (A) न्यूमैन और सुमेर
 - (B) मॉर्गन आर0 वाकर और जेम्स ई0 केली
 - (C) लूथर और गुलिक
 - (D) जॉन मैकडोनाल्ड
29. SWOT का अर्थ है :
- (A) ताकत, कमजोरी, अवसर, खतरा
 - (B) स्टॉक, धन, अवसर, व्यापार
 - (C) ताकत, कमजोरी, आदेश, खतरा
 - (D) रणनीति, कमजोरी, अवसर, खतरा
30. PERT किसके द्वारा विकसित किया गया था?
- (A) नौसेना विशेष परियोजना कार्यालय
 - (B) बोन्ज़ एलन हैमेल्टन
 - (C) (A) और (B) दोनों
 - (D) इनमें से कोई भी नहीं

- | | |
|---|---|
| <p>31. In which year Six sigma was developed:</p> <p>(A) 1951</p> <p>(B) 1961</p> <p>(C) 1971</p> <p>(D) 1981</p> | <p>31. सिक्स सिग्मा किस वर्ष विकसित किया गया था :</p> <p>(A) 1951</p> <p>(B) 1961</p> <p>(C) 1971</p> <p>(D) 1981</p> |
| <p>32. Six sigma is invented by:</p> <p>(A) Idea</p> <p>(B) Airtel</p> <p>(C) Motorola</p> <p>(D) Vodafone</p> | <p>32. सिक्स सिग्मा किसके द्वारा निवेशित किया जाता है ?</p> <p>(A) विचार</p> <p>(B) एयरटेल</p> <p>(C) मोटोरोला</p> <p>(D) वोडाफोन</p> |
| <p>33. Full form of CPM is:</p> <p>(A) Critical Path Method</p> <p>(B) Commercial Product Method</p> <p>(C) Customer Price Method</p> <p>(D) Current Price Method</p> | <p>33. CPM का पूर्ण रूप है :</p> <p>(A) गंभीर पथ विधि</p> <p>(B) वाणिज्यिक उत्पाद विधि</p> <p>(C) ग्राहक मूल्य विधि</p> <p>(D) वर्तमान मूल्य विधि</p> |
| <p>34. SWOT analysis was developed by:</p> <p>(A) Mc Colvin</p> <p>(B) Albert Humphrey</p> <p>(C) Harild Koontz</p> <p>(D) Henry Gantt</p> | <p>34. SWOT विश्लेषण द्वारा विकसित किया गया था :</p> <p>(A) मैक कोल्विन</p> <p>(B) अल्बर्ट हम्फ्री</p> <p>(C) हैरिल्ड कोंटज़</p> <p>(D) हेनरी गैंटू</p> |
| <p>35. Current awareness bulletin is:</p> <p>(A) Marketing strategy</p> <p>(B) Information products</p> <p>(C) Knowledge products</p> <p>(D) None of the above</p> | <p>35. वर्तमान जागरूकता बुलेटिन है :</p> <p>(A) विपणन रणनीति</p> <p>(B) सूचना उत्पाद</p> <p>(C) ज्ञान उत्पाद</p> <p>(D) इनमें से कोई भी नहीं</p> |

36. The marketing concepts in Library Service include:
- (A) Analysis, planning, implementation, control
 - (B) Analysis, planning, storage, control
 - (C) Modification, analysis, storage, implementation
 - (D) Planning, analysis, modification, control
37. A Products are prepared by selecting, acquiring, evaluating, analyzing, synthesizing, restructuring, packaging and repackaging information gathered carefully from various sources is known as:
- (A) Data product
 - (B) Information product
 - (C) Knowledge product
 - (D) None of the above
38. A serial publication issued by an industrial, commercial, public service or a similar organisation to inform the public of its performance and style of functioning is known as:
- (A) Newsletter
 - (B) Trade Literature
 - (C) Technical Digests
 - (D) House Journal
36. पुस्तकालय सेवा में विपणन अवधारणाओं में शामिल हैं :
- (A) विश्लेषण, योजना, कार्यान्वयन, नियंत्रण
 - (B) विश्लेषण, योजना, भंडारण, नियंत्रण
 - (C) संशोधन, विश्लेषण, भंडारण, कार्यान्वयन
 - (D) योजना, विश्लेषण, संशोधन, नियंत्रण
37. विभिन्न स्रोतों से सावधानीपूर्वक एकत्र की गई जानकारी का चयन, अधिग्रहण, मूल्यांकन, विश्लेषण, संश्लेषण, पुनर्गठन, पैकेजिंग और पुनः पैकेजिंग करके एक उत्पाद तैयार किया जाता है, जिसे कहा जाता है :
- (A) डेटा उत्पाद
 - (B) सूचना उत्पाद
 - (C) ज्ञान उत्पाद
 - (D) इनमें से कोई भी नहीं
38. एक औद्योगिक, वाणिज्यिक, सार्वजनिक सेवा या इसी तरह के संगठन द्वारा जनता को उसके प्रदर्शन और कार्यप्रणाली के बारे में सूचित करने के लिए जारी किए गए एक धारावाहिक प्रकाशन के रूप में जाना जाता है:
- (A) समाचार पत्रिका
 - (B) व्यापार साहित्य
 - (C) तकनीकी डाइजेस्ट
 - (D) हाउस जर्नल

39. Issue of BHEL Journal:

- (A) Monthly
- (B) Bimonthly
- (C) Quarterly
- (D) Yearly

40. Full form of TERI:

- (A) Tata Energy Review Institute
- (B) Tata Environment Research institute
- (C) Tata Environment Review Institute
- (D) Tata Energy Research Institute

41. Techman is published by:

- (A) I.N.S.D.O.C.
- (B) SENDOC
- (C) DESIDOC
- (D) NASCAIR

42. Find the odd one out:

- (A) People
- (B) Process
- (C) Performance
- (D) Physical Evidence

39. भेल जर्नल का निर्गम :

- (A) महीने के
- (B) द्विमासिक
- (C) त्रैमासिक
- (D) सालाना

40. TERI का पूर्ण रूप :

- (A) टाटा एनर्जी रिव्यू इंस्टिट्यूट
- (B) टाटा पर्यावरण अनुसंधान संस्थान
- (C) टाटा पर्यावरण समीक्षा संस्थान
- (D) टाटा एनर्जी रिसर्च इंस्टिट्यूट

41. टेकमैन किसके द्वारा प्रकाशित किया जाता है?

- (A) आई०एन०एस०डी०ओ०सी०
- (B) सेंडोक
- (C) डेसीडॉक
- (D) निस्केयर

42. विषम का पता लगाएं :

- (A) लोग
- (B) प्रक्रिया
- (C) प्रदर्शन
- (D) भौतिक सबूत

43. The people in industry require information on new products, machinery, manufacturing processes, management techniques, etc. to keep themselves abreast of the latest development as well as to solve technical problems associated with running and management of an industrial enterprise is known as:

- (A) Technical Digests
- (B) Trade literature
- (C) Manufactures' Catalogues
- (D) Trade Bulletins

44. Categories of house journal is:

- (A) Internal House Journal
- (B) External House Journal
- (C) Both
- (D) None of the above

45. A serial consisting of one or a few pages in print, electronic or any other form, containing recent information which is of interest to a particular group of users is known as:

- (A) House Journal
- (B) Technical Digests
- (C) Newsletters
- (D) Magazines

43. उद्योग में लोगों को नए उत्पादों, मशीनरी, निर्माण प्रक्रियाओं, प्रबंधन तकनीकी आदि के बारे में जानकारी की आवश्यकता होती है ताकि वे खुद को नवीनतम विकास के साथ-साथ एक औद्योगिक उद्यम के संचालन और प्रबंधन से जुड़ी तकनीकी समस्याओं को हल कर सकें।

- (A) तकनीकी डाइजेस्ट
- (B) व्यापार साहित्य
- (C) कैटलॉग बनाती है
- (D) व्यापार बुलेटिन

44. हाउस जर्नल की श्रेणियाँ हैं :

- (A) आंतरिक हाउस जर्नल
- (B) बाहरी हाउस जर्नल
- (C) दोनों
- (D) इनमें से कोई भी नहीं

45. एक धारावाहिक जिसमें प्रिंट, इलेक्ट्रॉनिक या किसी अन्य रूप में एक या कुछ पृष्ठ होते हैं, जिसमें हाल की जानकारी होती है जो उपयोगकर्ताओं के एक विशेष समूह के लिए रुचिकर होती है, के रूप में जाना जाता है :

- (A) हाउस जर्नल
- (B) तकनीकी डाइजेस्ट
- (C) समाचार
- (D) पत्रिका

- | | |
|--|---|
| <p>46. Seven P' s of marketing mix is given by:
 (A) E Jerome McCarthy
 (B) Philip Kotler
 (C) Koichi Shimizu
 (D) Booms and Bitner</p> <p>47. Four P' s of marketing mix is given by:
 (A) E. Jerome McCarthy
 (B) Philip Kotler
 (C) Koichi Shimizu
 (D) Booms and Bitner</p> <p>48. The four P' s of marketing mix is not:
 (A) Product
 (B) Price
 (C) Place
 (D) Package</p> <p>49. Find the odd one out.
 (A) Political Dimensions
 (B) social Dimensions
 (C) Cultural Dimensions
 (D) Technological Dimensions</p> <p>50. "Marketing is a social and managerial process whereby individuals and groups obtain what they need and want through creating and exchanging products and value with others." who said this?
 (A) Philip B. Crosby
 (B) Philip Kotler
 (C) Peter Drucker
 (D) Joseph M. Juran</p> | <p>46. मार्केटिंग मिक्स के सात P किसके द्वारा दिए गए हैं?
 (A) ई0 जेरोम मैकार्थी
 (B) फिलिप कोटलर
 (C) कोइची शिमिजु
 (D) बूम और बिटनर</p> <p>47. विपणन मिश्रण के चार P किसके द्वारा दिए गए हैं ?
 (A) ई0 जेरोम मैकार्थी
 (B) फिलिप कोटलर
 (C) कोइची शिमिजु
 (D) बूम और बिटनर</p> <p>48. मार्केटिंग मिक्स के चार P नहीं है:
 (A) उत्पाद
 (B) कीमत
 (C) जगह
 (D) पैकेज</p> <p>49. विषम का पता लगाएं।
 (A) राजनीतिक आयाम
 (B) सामाजिक आयाम
 (C) सांस्कृतिक आयाम
 (D) तकनीकी आयाम</p> <p>50. "विपणन एक सामाजिक और प्रबंधकीय प्रक्रिया है जिसके द्वारा व्यक्तियों और समूहों को वह प्राप्त होता है जो उन्हें चाहिए और दूसरों के साथ उत्पादों और मूल्यों को बनाने और आदान-प्रदान करने के माध्यम से प्राप्त होता है" यह किसने कहा ?
 (A) फिलिप बी0 क्रॉस्बी
 (B) फिलिप कोटलर
 (C) पीटर ड्रूकर
 (D) जोसेफ एम0 जुरानो</p> |
|--|---|

51. Consumer Day is celebrated on:

- (A) 15th March
- (B) 16th March
- (C) 20th April
- (D) 20th March

52. Internal marketing means:

- (A) Marketing to self
- (B) Marketing to family members
- (C) Marketing to the staff members
- (D) Marketing inside India

53. Packaging is the process of:

- (A) Recording,
- (B) Arranging
- (C) Presentation in some new media
- (D) All the above

54. Word press was launched in which year?

- (A) 2000
- (B) 2001
- (C) 2002
- (D) 2003

51. उपभोक्ता दिवस मनाया जाता है :

- (A) 15 मार्च
- (B) 16 मार्च
- (C) 20 अप्रैल
- (D) 20 मार्च

52. आंतरिक विपणन का अर्थ है :

- (A) स्वयं के लिए विपणन
- (B) परिवार के सदस्यों के लिए विपणन
- (C) स्टाफ सदस्यों के लिए विपणन
- (D) भारत के अंदर विपणन

53. पैकेजिंग की प्रक्रिया है :

- (A) रिकॉडिंग,
- (B) व्यवस्था
- (C) कुछ नए मीडिया में प्रस्तुति
- (D) उपरोक्त सभी

54. वर्डप्रेस किस वर्ष लॉन्च किया गया था ?

- (A) 2000
- (B) 2001
- (C) 2002
- (D) 2003

55. Joomla software is?

- (A) Free
- (B) Paid
- (C) Both
- (D) None of these

56. Which one of the following is not the content management software?

- (A) Joomla
- (B) Drupal
- (C) Umbraco
- (D) Crafty

57. Which of the following is not a Functions of Information Repackaging?

- (A) Systematic and selective sorter of useful information.
- (B) Wide information transmission
- (C) Promote delivery of relevant information
- (D) Current information service

58. Which one is not come under the I.A.C. products?

- (A) Directories
- (B) Brochures
- (C) Posters
- (D) None of these

55. जूमला सॉफ्टवेयर है ?

- (A) मुफ्त
- (B) भुगतान किया गया
- (C) दोनों
- (D) इनमें से कोई नहीं

56. निम्नलिखित में से कौन सा सामग्री प्रबंधन सॉफ्टवेयर नहीं है ?

- (A) जूमला
- (B) द्रुपल
- (C) उम्ब्राको
- (D) चालाक

57. निम्नलिखित में से कौन सूचना पुनः पैकेजिंग का कार्य नहीं है ?

- (A) उपयोगी जानकारी का व्यवस्थित और चयनात्मक सॉर्टर।
- (B) व्यापक सूचना प्रसारण
- (C) प्रासंगिक जानकारी के वितरण को बढ़ावा देना
- (D) वर्तमान सूचना सेवा

58. कौन I.A.C. उत्पादों के अंतर्गत नहीं आता है?

- (A) निर्देशिका
- (B) ब्रोशर
- (C) पोस्टर
- (D) इनमें से कोई नहीं

59. Market segmentation is:

- (A) Division of market
- (B) Division of products
- (C) Division of services
- (D) None of the above

60. Wealth of India is a type of:

- (A) Journal
- (B) Series
- (C) Newsletter
- (D) Report

61. Issue of Indian Science Abstract.

- (A) Weekly
- (B) Monthly
- (C) Fortnightly
- (D) Quarterly

62. Which of the following is not a type of market segmentation?

- (A) Demographic
- (B) Psychographic
- (C) Geographic
- (D) Political

63. Which one of the following is not the type of needs can be identified on which information may be evaluated?

- (A) Functional Needs
- (B) social Needs
- (C) Emotional Needs
- (D) Cultural Needs

59. बाजार विभाजन है :

- (A) बाजार का विभाजन
- (B) उत्पादों का विभाजन
- (C) सेवाओं का विभाजन
- (D) उपरोक्त में से कोई नहीं

60. भारत का धन एक प्रकार का है :

- (A) पत्रिका
- (B) श्रृंखला
- (C) समाचार पत्रिका
- (D) प्रतिवेदन

61. भारतीय विज्ञान सार का अंक।

- (A) साप्ताहिक
- (B) महीने के
- (C) पाक्षिक
- (D) त्रैमासिक

62. निम्नलिखित में से कौन एक प्रकार का बाजार विभाजन नहीं है ?

- (A) जनसांख्यिकीय
- (B) मनोवैज्ञानिक
- (C) भौगोलिक
- (D) राजनीतिक

63. निम्नलिखित में से कौन-सा प्रकार की आवश्यकताओं की पहचान नहीं की जा सकती है जिसके आधार पर सूचना का मूल्यांकन किया जा सकता है ?

- (A) कार्यात्मक आवश्यकताएं
- (B) सामाजिक आवश्यकताएं
- (C) भावनात्मक जरूरतें
- (D) सांस्कृतिक आवश्यकताएं

64. Which of the following factors affects the demands and supply?

- (A) Income
- (B) Expectations
- (C) Seasons
- (D) All the above

65. Bryson suggested how many Strategies for Market Segmentation?

- (A) Three
- (B) Four
- (C) Five
- (D) Six

66. Which of the following is the third stage of Product life cycle?

- (A) Growth
- (B) Introduction
- (C) Decline
- (D) Maturity

67. How many stages of product life cycle?

- (A) Three
- (B) Four
- (C) Five
- (D) Six

64. निम्नलिखित में से कौन-सा कारक मांग और आपूर्ति को प्रभावित करता है ?

- (A) आय
- (B) उम्मीदें
- (C) मौसम
- (D) उपरोक्त सभी

65. ब्रायसन ने सुझाव दिया कि बाजार विभाजन के लिए कितनी रणनीतियाँ हैं?

- (A) तीन
- (B) चार
- (C) पाँच
- (D) छह

66. निम्नलिखित में से कौन उत्पाद जीवन चक्र का तीसरा चरण है ?

- (A) विकास
- (B) परिचय
- (C) पतन
- (D) परिपक्वता

67. उत्पाद जीवन चक्र के कितने चरण हैं ?

- (A) तीन
- (B) चार
- (C) पाँच
- (D) छह

68. A marketing that helps the organisation of focus its limited resources for better management and determines what the user wants and needs and then produces a product or service to meet those needs is known as:

- (A) Marketing Approach
- (B) Market Analysis
- (C) Market Strategy
- (D) Marketing Mix

69. Who is the father of marketing?

- (A) F. W. Taylor
- (B) E. Jerome McCarthy
- (C) Philip Kotler
- (D) Koichi Shimizu

70. Full form of PERT is:

- (A) Program Expert Review Technique
- (B) Program Evaluation Research Test
- (C) Program Examination Review Test
- (D) Program Evaluation Review Technique

68. एक विपणन जो संगठन को बेहतर प्रबंधन के लिए अपने सीमित संसाधनों पर ध्यान केंद्रित करने में मदद करता है और यह निर्धारित करता है कि उपयोगकर्ता क्या चाहता है और क्या जरूरत है और फिर उन जरूरतों को पूरा करने के लिए उत्पाद या सेवा का उत्पादन करता है, के रूप में जाना जाता है :

- (A) विपणन दृष्टिकोण
- (B) बाजार का विश्लेषण
- (C) बाजार का रणनीति
- (D) विपणन मिश्रण

69. विपणन और जनक कौन हैं ?

- (A) एफ0 डब्ल्यू0 टेलर
- (B) ई. जेरोम मैकार्थी
- (C) फिलिप कोटलर
- (D) कोइची शिमिजु

70. PERT का फुल फॉर्म है :

- (A) कार्यक्रम विशेषज्ञ समीक्षा तकनीक
- (B) कार्यक्रम मूल्यांकन अनुसंधान परीक्षण
- (C) कार्यक्रम परीक्षा समीक्षा परीक्षा
- (D) कार्यक्रम मूल्यांकन समीक्षा तकनीक

71. Which one is not the governing Board has Strategic Directions?

- (A) Libraries Classification
- (B) Information and Knowledge
- (C) Cultural Heritage
- (D) Capacity Building

72. Which Governing Board has set out four strategic Directions?

- (A) I.F.L.A.
- (B) UNESCO
- (C) ALA
- (D) ILA

73. The concept of marketing for non-profit organizations was first introduced by Kotler and Levy in which year-

- (A) 1956
- (B) 1959
- (C) 1961
- (D) 1969

74. Which one is not the variable of market segmentation?

- (A) Geographic Segmentation
- (B) Psychographic Segmentation
- (C) Physical Segmentation
- (D) Price Segmentation

71. कौन सा गवर्निंग बोर्ड नहीं है जिसके पास रणनीतिक निर्देश हैं ?

- (A) पुस्तकालय वर्गीकरण
- (B) सूचना और ज्ञान
- (C) सांस्कृतिक विरासत
- (D) क्षमता निर्माण

72. किस गवर्निंग बोर्ड ने चार रणनीतिक दिशाएँ निर्धारित की हैं ?

- (A) आई०एफ०एल०ए०
- (B) यूनेस्को
- (C) आला
- (D) इला

73. गैर-लाभकारी संगठनों के लिए विपणन की अवधारणा पहली बार कोटलर और लेवी द्वारा किस वर्ष पेश की गई थी-

- (A) 1956
- (B) 1959
- (C) 1961
- (D) 1969

74. कौन सा बाजार विभाजन का चर नहीं है ?

- (A) भौगोलिक विभाजन
- (B) साइकोग्राफी विभाजन
- (C) भौतिक विभाजन
- (D) मूल्य विभाजन

75. The process whereby producers organise their knowledge of customer groups and select for particular attention, those whose needs and wants they are best able to supply with their products is known as:

- (A) Marketing Mix
- (B) Market Segmentation
- (C) Marketing Strategy
- (D) None of these

76. Distribution of products through a very large number of intermediaries at each level of marketing channel is known as:

- (A) Direct Distribution
- (B) Indirect Distribution
- (C) Exclusive Distribution
- (D) Intensity Distribution

77. Science-Ki-Duniya is a periodical published in which language:

- (A) English
- (B) Hindi
- (C) Urdu
- (D) Bengali

75. वह प्रक्रिया जिसके द्वारा निर्माता ग्राहक समूहों के बारे में अपने ज्ञान को व्यवस्थित करते हैं और विशेष ध्यान देने के लिए चुनते हैं, जिनकी जरूरतें और चाहते हैं कि वे अपने उत्पादों के साथ आपूर्ति करने में सक्षम हैं, के रूप में जाना जाता है :

- (A) विपणन मिश्रण
- (B) बाजार विभाजन
- (C) विपणन रणनीति
- (D) इनमें से कोई नहीं

76. विपणन चैनल के प्रत्येक स्तर पर बहुत बड़ी संख्या में बिचौलियों के माध्यम से उत्पादों के वितरण को क्या कहा जाता है ?

- (A) प्रत्यक्ष वितरण
- (B) अप्रत्यक्ष वितरण
- (C) विशिष्ट वितरण
- (D) तीव्रता वितरण

77. साइंस-की-दुनिया किस भाषा में प्रकाशित होने वाली पत्रिका है ?

- (A) अंग्रेजी
- (B) हिन्दी
- (C) उर्दू
- (D) बंगाली

78. NISCAIR came in to existence on-
- (A) 30 August 2002
 - (B) 30 September 2002
 - (C) 20 September 2002
 - (D) 20 August 2002

79. Full form of NISCAIR-
- (A) National Information of Science Communication and Information Resources
 - (B) National Institute of Science Communication and Information Research
 - (C) National Information of Science Communication and Information Research
 - (D) National Institute of Science Communication and Information Resources

80. CAMPS stand for-
- (A) Community Adoption Monitoring Programme in Schools
 - (B) Community Adoption Monitoring Policy in Schools
 - (C) Commercial Advertising Monitoring Programme in Schools
 - (D) Commercial Adoption Monitoring Policy in Schools

78. निस्केयर अस्तित्व में आया –
- (A) 30 अगस्त 2002
 - (B) 30 सितम्बर 2002
 - (C) 20 सितम्बर 2002
 - (D) 20 अगस्त 2002

79. निस्केयर का पूर्ण रूप–
- (A) विज्ञान संचार और सूचना संसाधनों की राष्ट्रीय सूचना
 - (B) राष्ट्रीय विज्ञान संचार और सूचना अनुसंधान संस्थान
 - (C) विज्ञान संचार और सूचना अनुसंधान की राष्ट्रीय सूचना
 - (D) राष्ट्रीय विज्ञान संचार और सूचना संसाधन संस्थान

80. CAMPS का अर्थ है–
- (A) स्कूलों में सामुदायिक दत्तक ग्रहण निगरानी कार्यक्रम
 - (B) स्कूलों में सामुदायिक दत्तक ग्रहण निगरानी नीति
 - (C) स्कूलों में वाणिज्यिक विज्ञापन निगरानी कार्यक्रम
 - (D) स्कूलों में व्यावसायिक दत्तक ग्रहण निगरानी नीति

- | | |
|--|---|
| <p>81. The issue of Terra Green Periodical is:
 (A) Weekly
 (B) Monthly
 (C) Bimonthly
 (D) Quarterly</p> <p>82. Which of the following is not the category of important media for information packaging?
 (A) Print media
 (B) Audio-visual media
 (C) Electronic media
 (D) Intrapersonal contacts</p> <p>83. Full form of I.A.C.-
 (A) Information Analysis and Consolidation
 (B) Information Analysis and Communication
 (C) Institute of Analysis and Consolidation
 (D) Institute Analysis and Communication</p> <p>84. The final report in the field of I.A.S. including an Action Plan for implementation by-
 (A) I.F.L.A.
 (B) ILA
 (C) UNESCO
 (D) UNISIST</p> | <p>81. टेरा ग्रीन पीरियोडिकल का अंक है :
 (A) साप्ताहिक
 (B) महीने के
 (C) द्विमासिक
 (D) त्रैमासिक</p> <p>82. निम्नलिखित में से कौन सूचना पैकेजिंग के लिए महत्वपूर्ण मीडिया की श्रेणी नहीं है ?
 (A) मुद्रण माध्यम
 (B) ऑडियो-विजुअल मीडिया
 (C) इलेक्ट्रॉनिक मीडिया
 (D) अंतर्व्यक्ति संपर्क</p> <p>83. I.A.C.का पूर्ण रूप-
 (A) सूचना विश्लेषण और समेकन
 (B) सूचना विश्लेषण और संचार
 (C) विश्लेषण और समेकन संस्थान
 (D) संस्थान विश्लेषण और संचार</p> <p>84. आई०ए०एस० के क्षेत्र में अंतिम रिपोर्ट कार्यान्वयन के लिए एक कार्य योजना सहित-
 (A) आई०एफ०एल०ए०
 (B) इला
 (C) यूनेस्को
 (D) यूनिसिस्ट</p> |
|--|---|

85. A report is used mostly in relation to technological topics and in business and commerce is known as:

- (A) Technical Digests
- (B) State of the art
- (C) Handbooks
- (D) Trade Literature

86. Which one is not product of information consolidation?

- (A) Reviews
- (B) Reports
- (C) Databases
- (D) Book

87. the word market is derived from the Latin word:

- (A) Mercatus
- (B) Marcet
- (C) Mercatous
- (D) Meartus

88. Marketing is a:

- (A) One-day effort
- (B) Team effort
- (C) One-man effort
- (D) All the above

85. एक रिपोर्ट का उपयोग ज्यादातर तकनीकी विषयों के संबंध में किया जाता है और व्यापार और वाणिज्य में के रूप में जाना जाता है :

- (A) तकनीकी डाइजेस्ट
- (B) आधुनिकतम
- (C) हैंडबुक
- (D) व्यापार साहित्य

86. कौन सा सूचना समेकन का उत्पाद नहीं है ?

- (A) समीक्षा
- (B) रिपोर्टें
- (C) डेटाबेस
- (D) पुस्तक

87. बाजार शब्द लैटिन शब्द से लिया गया है :

- (A) मर्केटस
- (B) मार्सेटो
- (C) मर्कटौस
- (D) मार्टस

88. मार्केटिंग एक है :

- (A) एक दिन का प्रयास
- (B) दल बल
- (C) एक आदमी का प्रयास
- (D) सब से ऊपर

- | | |
|---|--|
| <p>89. Marketing is the art of:</p> <p>(A) Buying more</p> <p>(B) Paying more</p> <p>(C) Selling more</p> <p>(D) Talking more</p> | <p>89. मार्केटिंग किसकी कला है ?</p> <p>(A) अधिक खरीदना</p> <p>(B) अधिक भूगतान</p> <p>(C) अधिक बेचना</p> <p>(D) अधिक बात कर रहे हैं</p> |
| <p>90. Market information means:</p> <p>(A) Knowledge of industries</p> <p>(B) Knowledge of customer's tastes</p> <p>(C) Knowledge of households</p> <p>(D) Knowledge of peers</p> | <p>90. बाजार की जानकारी का अर्थ है :</p> <p>(A) उद्योगों का ज्ञान</p> <p>(B) ग्राहक के स्वाद का ज्ञान</p> <p>(C) गृहस्थी का ज्ञान</p> <p>(D) साथियों का ज्ञान</p> |
| <p>91. Marketing segmentation is useful for ____?</p> <p>(A) Preferential marketing</p> <p>(B) Targeting existing clients</p> <p>(C) Knowing customers' tastes</p> <p>(D) All of these</p> | <p>91. विपणन विभाजन किसके लिए उपयोगी हैं ?</p> <p>(A) तरजीही विपणन</p> <p>(B) मौजूदा ग्राहकों को लक्षित करना</p> <p>(C) ग्राहकों के स्वाद को जानना</p> <p>(D) ये सभी</p> |
| <p>92. A marketing survey is required for:</p> <p>(A) Deciding marketing strategies</p> <p>(B) Deciding product strategies</p> <p>(C) Deciding pricing strategies</p> <p>(D) All of these</p> | <p>92. के लिए एक विपणन सर्वेक्षण आवश्यक है :</p> <p>(A) मार्केटिंग रणनीति तय करना</p> <p>(B) उत्पाद रणनीति तय करना</p> <p>(C) मूल्य निर्धारण रणनीतियाँ तय करना</p> <p>(D) ये सभी</p> |
| <p>93. 'Value-added services' means:</p> <p>(A) Additional services</p> <p>(B) Better value at a premium</p> <p>(C) Costlier services</p> <p>(D) Better value at a discount</p> | <p>93. 'मूल्य वर्धित सेवाओं' का अर्थ है :</p> <p>(A) अतिरिक्त सेवाएं</p> <p>(B) प्रीमियम पर बेहतर मूल्य</p> <p>(C) महंगी सेवाएं</p> <p>(D) छूट पर बेहतर मूल्य</p> |

94. Which of the following is not a document?
- (A) Book
(B) Periodical
(C) Inscription
(D) Machine Readable Catalogue
95. What are the reasons to Repackage Information?
- (A) To customize information to user needs
(B) to facilitate dissemination, organization, and for communication
(C) To simplify
(D) All the above
96. Procurement of foreign periodicals are done through Direct Subscription and-
- (A) Personal Correspondence
(B) Government
(C) Embassy
(D) Agency Method
97. Which institutions decide conversion rates of foreign currencies and discount applicable to Indian Libraries while purchasing books and periodicals?
- (A) N.I.C.
(B) GILA
(C) ILA
(D) G.O.C.
94. निम्नलिखित में से कौन एक दस्तावेज नहीं है?
- (A) पुस्तक
(B) नियत कालीन
(C) शिलालेख
(D) मशीन पठनीय कैटलॉग
95. सूचना को दोबारा पैक करने के क्या कारण हैं?
- (A) उपयोगकर्ता की जरूरतों के लिए जानकारी को अनुकूलित करने के लिए
(B) प्रसार, संगठन और संचार की सुविधा के लिए
(C) सरल करने के लिए
(D) उपरोक्त सभी
96. विदेशी पत्रिकाओं की खरीद प्रत्यक्ष सदस्यता के माध्यम से की जाती है और –
- (A) व्यक्तिगत पत्राचार
(B) सरकार
(C) दूतावास
(D) एजेंसी विधि
97. पुस्तकें और पत्रिकाएँ खरीदते समय कौन सी संस्थाएँ विदेशी मुद्राओं की रूपांतरण दर और भारतीय पुस्तकालयों पर लागू छूट का निर्धारण करती हैं ?
- (A) एन0आई0सी0
(B) गिला
(C) इला
(D) जी0ओ0सी0

98. Conversion rates create problems while buying:

- (A) Government documents
- (B) Foreign periodicals
- (C) Conference proceedings
- (D) Reference collection

99. Governments documents are generally divided into two categories such as:

- (A) Published and unpublished
- (B) Parliamentary and non-parliamentary
- (C) Conventional and neo-conventional
- (D) Primary and secondary

100. GOC Stands for:

- (A) General Offices Committee
- (B) German Offices Committee
- (C) Good Offices Committee
- (D) Good Office Conduct

98. रूपांतरण दरें खरीदते समय समस्याएं पैदा करती हैं :

- (A) सरकारी दस्तावेज
- (B) विदेशी दस्तावेज
- (C) सम्मेलन की कार्यवाही
- (D) संदर्भ संग्रह

99. सरकारी दस्तावेजों को आमतौर पर दो श्रेणियों में विभाजित किया जाता है, जैसे :

- (A) प्रकाशित और अप्रकाशित
- (B) संसदीय और गैर-संसदीय
- (C) पारंपरिक और नव-पारंपरिक
- (D) प्राथमिक और माध्यमिक

100. GOC का मतलब है :

- (A) सामान्य कार्यालय समिति
- (B) जर्मन कार्यालय समिति
- (C) अच्छा कार्यालय समिति
- (D) अच्छा कार्यालय आचरण

DO NOT OPEN THE QUESTION BOOKLET UNTIL ASKED TO DO SO

1. Examinee should enter his / her roll number, subject and Question Booklet Series correctly in the O.M.R. sheet, the examinee will be responsible for the error he / she has made.
 2. **This Question Booklet contains 100 questions, out of which only 75 Question are to be Answered by the examinee. Every question has 4 options and only one of them is correct. The answer which seems correct to you, darken that option number in your Answer Booklet (O.M.R ANSWER SHEET) completely with black or blue ball point pen. If any examinee will mark more than one answer of a particular question, then the first most option will be considered valid.**
 3. Every question has same marks. Every question you attempt correctly, marks will be given according to that.
 4. Every answer should be marked only on Answer Booklet (O.M.R ANSWER SHEET). Answer marked anywhere else other than the determined place will not be considered valid.
 5. Please read all the instructions carefully before attempting anything on Answer Booklet (O.M.R ANSWER SHEET).
 6. After completion of examination please hand over the Answer Booklet (O.M.R ANSWER SHEET) to the Examiner before leaving the examination room.
 7. There is no negative marking.
- Note:** On opening the question booklet, first check that all the pages of the question booklet are printed properly in case there is an issue please ask the examiner to change the booklet of same series and get another one.