

Roll. No.

Question Booklet Number

O.M.R. Serial No.

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

M.Com. (SEM.-IV) (NEP) (SUPPLE.) EXAMINATION, 2024-25

COMMERCE

(Digital Marketing & E-Commerce)

Paper Code							
C	0	1	1	0	0	6	T

Question Booklet
Series

A

Time : 1 : 30 Hours

Max. 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 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 गए हों या प्रश्न एक से अधिक बार छप गए हों या उसमें किसी अन्य प्रकार की कमी हो, उसे तुरन्त बदल लें।
4. प्रश्न-पुस्तिका में प्रत्येक प्रश्न के चार सम्भावित उत्तर- A, B, C एवं D हैं। परीक्षार्थी को उन चारों विकल्पों में से सही उत्तर छानना है। उत्तर को OMR उत्तर-पत्रक में सम्बन्धित प्रश्न संख्या में निम्न प्रकार भरना है :

(शेष निर्देश अन्तिम पृष्ठ पर)

1. Which of the following best defines blogging?
 - (A) Writing personal diaries online
 - (B) Creating and publishing content on a website regularly
 - (C) Posting only pictures on social platforms
 - (D) Using only videos for marketing
2. Why is blogging important in marketing?
 - (A) Increases server speed
 - (B) Improves SEO and brand visibility
 - (C) Reduces website traffic
 - (D) Removes duplicate content
3. Which social media platform is primarily known for professional networking?
 - (A) Instagram
 - (B) Twitter
 - (C) LinkedIn
 - (D) YouTube
4. Facebook advertising campaigns mainly help in:
 - (A) Offline marketing
 - (B) Targeted audience engagement
 - (C) Reducing website hosting costs
 - (D) Email storage
5. Which platform uses "tweets" as its main form of communication?
 - (A) Facebook
 - (B) Twitter
 - (C) Instagram
 - (D) Pinterest

1. निम्नलिखित में से कौन ब्लॉगिंग को सबसे अच्छी तरह परिभाषित करता है?
 - (A) ऑनलाइन व्यक्तिगत डायरी लिखना
 - (B) नियमित रूप से किसी वेबसाइट पर सामग्री बनाना और प्रकाशित करना
 - (C) केवल सामाजिक प्लेटफॉर्मों पर तस्वीरें पोस्ट करना
 - (D) विपणन के लिए केवल वीडियो का उपयोग करना
2. विपणन में ब्लॉगिंग क्यों महत्वपूर्ण है?
 - (A) सर्वर की गति बढ़ाता है
 - (B) एसईओ और ब्रांड की दृश्यता में सुधार करता है
 - (C) वेबसाइट के ट्रैफिक को कम करता है
 - (D) डुप्लिकेट सामग्री को हटाता है
3. पेशेवर नेटवर्किंग के लिए मुख्य रूप से कौन-सा सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जाना जाता है?
 - (A) इंस्टाग्राम
 - (B) ट्विटर
 - (C) लिंकडइन
 - (D) यूट्यूब
4. फेसबुक विज्ञापन अभियान मुख्य रूप से किसमें मदद करते हैं?
 - (A) ऑफ़लाइन विपणन
 - (B) लक्षित दर्शकों को जोड़ना
 - (C) वेबसाइट होस्टिंग लागत कम करना
 - (D) ईमेल स्टोरेज
5. कौन-सा प्लेटफॉर्म संचार के मुख्य रूप के रूप में "ट्वीट" का उपयोग करता है?
 - (A) फेसबुक
 - (B) ट्विटर
 - (C) इंस्टाग्राम
 - (D) पिनटरेस्ट

- | | |
|--|--|
| <p>6. YouTube marketing focuses mainly on:</p> <p>(A) Text-based blogs</p> <p>(B) Video content and ads</p> <p>(C) Infographics</p> <p>(D) Job postings</p> | <p>6. यूट्यूब मार्केटिंग मुख्य रूप से किस पर केंद्रित है?</p> <p>(A) टेक्स्ट-आधारित ब्लॉग</p> <p>(B) वीडियो सामग्री और विज्ञापन</p> <p>(C) इन्फोग्राफिक्स</p> <p>(D) नौकरी की पोस्टिंग</p> |
| <p>7. Pinterest is most effective for:</p> <p>(A) Sharing resumes</p> <p>(B) Visual discovery and pinboards</p> <p>(C) Hosting video conferences</p> <p>(D) Writing long-form blogs</p> | <p>7. पिनटरेस्ट किसके लिए सबसे प्रभावी है?</p> <p>(A) रेज्यूमे साझा करना</p> <p>(B) विजुअल डिस्कवरी और पिनबोर्ड</p> <p>(C) वीडियो कॉन्फ्रेंस की मेजबानी करना</p> <p>(D) लंबे-फॉर्म वाले ब्लॉग लिखना</p> |
| <p>8. Instagram's key advertising strength is:</p> <p>(A) Professional resumes</p> <p>(B) High-quality images and reels</p> <p>(C) Long-form text articles</p> <p>(D) Business reports</p> | <p>8. इंस्टाग्राम की मुख्य विज्ञापन शक्ति क्या है?</p> <p>(A) पेशेवर रेज्यूमे</p> <p>(B) उच्च-गुणवत्ता वाली छवियाँ और रील्स</p> <p>(C) लंबे-फॉर्म वाले टेक्स्ट लेख</p> <p>(D) व्यावसायिक रिपोर्ट</p> |
| <p>9. Canonical tags are used to:</p> <p>(A) Remove images from websites</p> <p>(B) Specify the preferred version of a webpage to avoid duplicate content issues</p> <p>(C) Increase website speed</p> <p>(D) Generate backlinks</p> | <p>9. कैननिकल टैग का उपयोग किस लिए किया जाता है?</p> <p>(A) वेबसाइटों से छवियाँ हटाने के लिए</p> <p>(B) डुप्लिकेट सामग्री की समस्याओं से बचने के लिए किसी वेबपेज के पसंदीदा संस्करण को निर्दिष्ट करने के लिए</p> <p>(C) वेबसाइट की गति बढ़ाने के लिए</p> <p>(D) बैकलिंक बनाने के लिए</p> |
| <p>10. Duplicate content in SEO refers to:</p> <p>(A) Content copied within or across websites</p> <p>(B) Paid advertisements</p> <p>(C) User-generated reviews</p> <p>(D) Sponsored posts</p> | <p>10. एसईओ में डुप्लिकेट सामग्री का क्या अर्थ है?</p> <p>(A) वेबसाइटों के भीतर या एक्रॉस कॉपी की गई सामग्री</p> <p>(B) सशुल्क विज्ञापन</p> <p>(C) उपयोगकर्ता-जनित समीक्षाएँ</p> <p>(D) प्रायोजित पोस्ट</p> |

- | | |
|---|---|
| <p>11. Google Ads allow businesses to advertise mainly through:</p> <p>(A) TV commercials</p> <p>(B) Search and display networks</p> <p>(C) Physical posters</p> <p>(D) Offline events</p> | <p>11. गूगल ऐड व्यवसायों को मुख्य रूप से किसके माध्यम से विज्ञापन करने की अनुमति देते हैं?</p> <p>(A) टीवी विज्ञापन</p> <p>(B) खोज और प्रदर्शन नेटवर्क</p> <p>(C) भौतिक पोस्टर</p> <p>(D) ऑफ़लाइन कार्यक्रम</p> |
| <p>12. Which platform is most effective for B2B campaigns?</p> <p>(A) LinkedIn</p> <p>(B) Instagram</p> <p>(C) Pinterest</p> <p>(D) YouTube</p> | <p>12. बी2बी अभियानों के लिए कौन-सा प्लेटफॉर्म सबसे प्रभावी है?</p> <p>(A) लिंकडइन</p> <p>(B) इंस्टाग्राम</p> <p>(C) पिंटरेस्ट</p> <p>(D) यूट्यूब</p> |
| <p>13. Which of the following is a benefit of linking blogs to related communities?</p> <p>(A) Reduced reach</p> <p>(B) Increased engagement and visibility</p> <p>(C) Higher hosting charges</p> <p>(D) Slower website speed</p> | <p>13. सम्बन्धित समुदायों से ब्लॉग को जोड़ने का क्या लाभ है?</p> <p>(A) कम पहुँच</p> <p>(B) बढ़ी हुई सहभागिता और दृश्यता</p> <p>(C) उच्च होस्टिंग शुल्क</p> <p>(D) वेबसाइट की धीमी गति</p> |
| <p>14. Which platform is best for influencer marketing?</p> <p>(A) LinkedIn</p> <p>(B) Instagram</p> <p>(C) Pinterest</p> <p>(D) Google Docs</p> | <p>14. इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग के लिए कौन-सा प्लेटफॉर्म सबसे अच्छा है?</p> <p>(A) लिंकडइन</p> <p>(B) इंस्टाग्राम</p> <p>(C) पिंटरेस्ट</p> <p>(D) गूगल डॉक्स</p> |
| <p>15. YouTube advertising format includes:</p> <p>(A) Video ads, bumper ads, display ads</p> <p>(B) Tweets and hashtags</p> <p>(C) Pinboards</p> <p>(D) LinkedIn</p> | <p>15. यूट्यूब विज्ञापन प्रारूप में क्या शामिल है?</p> <p>(A) वीडियो विज्ञापन, बम्पर विज्ञापन, डिस्ले विज्ञापन</p> <p>(B) ट्वीट और हैशटैग</p> <p>(C) पिनबोर्ड</p> <p>(D) लिंकडइन पोस्ट</p> |

- | | |
|--|--|
| <p>16. Which platform is known for short, real-time updates?</p> <p>(A) Facebook</p> <p>(B) Twitter</p> <p>(C) YouTube</p> <p>(D) Pinterest</p> | <p>16. कौन-सा प्लेटफॉर्म छोटे, वास्तविक समय के अपडेट के लिए जाना जाता है?</p> <p>(A) फेसबुक</p> <p>(B) ट्विटर</p> <p>(C) यूट्यूब</p> <p>(D) पिनटरेस्ट</p> |
| <p>17. Which of these platforms is image-based and supports "pins"?</p> <p>(A) Instagram</p> <p>(B) Twitter</p> <p>(C) Pinterest</p> <p>(D) Facebook</p> | <p>17. इनमें से कौन-सा प्लेटफॉर्म इमेज-आधारित है और "पिन" को सपोर्ट करता है?</p> <p>(A) इंस्टाग्राम</p> <p>(B) ट्विटर</p> <p>(C) पिनटरेस्ट</p> <p>(D) फेसबुक</p> |
| <p>18. The purpose of a canonical tag is to:</p> <p>(A) Create multiple versions of a page</p> <p>(B) Tell search engines the original or preferred page</p> <p>(C) Remove keywords from blogs</p> <p>(D) Block social media ads</p> | <p>18. कैननिकल टैग का उद्देश्य क्या है?</p> <p>(A) किसी पृष्ठ के कई संस्करण बनाना</p> <p>(B) सर्च इंजनों को मूल या पसंदीदा पृष्ठ बताना</p> <p>(C) ब्लॉग से कीवर्ड हटाना</p> <p>(D) सोशल मीडिया विज्ञापनों को ब्लॉक करना</p> |
| <p>19. Blogging helps marketing by:</p> <p>(A) Providing fresh content for SEO</p> <p>(B) Reducing website domain authority</p> <p>(C) Limiting social media reach</p> <p>(D) Decreasing brand trust</p> | <p>19. ब्लॉगिंग विपणन में कैसे मदद करता है?</p> <p>(A) एसईओ के लिए ताज़ी सामग्री प्रदान करके</p> <p>(B) वेबसाइट डोमेन अथॉरिटी को कम करके</p> <p>(C) सोशल मीडिया की पहुँच को सीमित करके</p> <p>(D) ब्रांड के विश्वास को कम करके</p> |
| <p>20. Which platform combines personal connections with business pages and ads?</p> <p>(A) Twitter</p> <p>(B) Facebook</p> <p>(C) LinkedIn</p> <p>(D) Pinterest</p> | <p>20. कौन-सा प्लेटफॉर्म व्यक्तिगत कनेक्शन को व्यावसायिक पृष्ठों और विज्ञापनों के साथ जोड़ता है?</p> <p>(A) ट्विटर</p> <p>(B) फेसबुक</p> <p>(C) लिंकडइन</p> <p>(D) पिनटरेस्ट</p> |

21. User engagement in digital marketing primarily means:
- (A) Number of products in stock
(B) Interaction of users with content
(C) Speed of website loading
(D) Amount of paid ads
22. Which of the following is a tool to increase user views and engagement?
- (A) SEO analytics
(B) Email newsletters
(C) Social media campaigns
(D) All of the above
23. The main objective of Search Engine Optimization (SEO) is to:
- (A) Reduce website traffic
(B) Improve website ranking on search engines
(C) Increase hosting charges
(D) Block online ads
24. On-page SEO primarily focuses on:
- (A) Social media posts
(B) Website content and HTML structure
(C) Paid ads
(D) Competitors' websites
25. Which is not a part of SEO tools?
- (A) Google Analytics
(B) Google Search Console
(C) Canva
(D) SEMrush
21. डिजिटल मार्केटिंग में उपयोगकर्ता सहभागिता का मुख्य अर्थ है :
- (A) स्टॉक में उत्पादों की संख्या
(B) उपयोगकर्ताओं का सामग्री के साथ परस्पर क्रिया
(C) वेबसाइट के लोड होने की गति
(D) सशुल्क विज्ञापनों की मात्रा
22. निम्नलिखित में से कौन उपयोगकर्ता के विचारों और सहभागिता को बढ़ाने का एक उपकरण है?
- (A) इसईओ विश्लेषण
(B) ईमेल न्यूज़लेटर
(C) सोशल मीडिया अभियान
(D) उपरोक्त सभी
23. सर्च इंजन ऑप्टिमाइज़ेशन का मुख्य उद्देश्य है :
- (A) वेबसाइट के ट्रैफिक को कम करना
(B) सर्च इंजनों पर वेबसाइट की रैंकिंग में सुधार करना
(C) होस्टिंग शुल्क बढ़ाना
(D) ऑनलाइन विज्ञापनों को ब्लॉक करना
24. ऑन-पेज इसईओ मुख्य रूप से किस पर केंद्रित है?
- (A) सोशल मीडिया पोस्ट
(B) वेबसाइट सामग्री और एचटीएमएल संरचना
(C) सशुल्क विज्ञापन
(D) प्रतिस्पर्धियों की वेबसाइटें
25. निम्नलिखित में से कौन एसईओ टूल का हिस्सा नहीं है?
- (A) गूगल एनालिटिक्स
(B) गूगल सर्च कंसोल
(C) कैनवा
(D) एसईएमरश

- | | |
|---|--|
| <p>26. Content management in digital marketing mainly involves:</p> <p>(A) Creating, updating, and optimizing website content</p> <p>(B) Only posting pictures</p> <p>(C) Removing all blogs</p> <p>(D) Buying backlinks</p> | <p>26. डिजिटल मार्केटिंग में सामग्री प्रबंधन में मुख्य रूप से शामिल है :</p> <p>(A) वेबसाइट सामग्री बनाना, अपडेट करना और अनुकूलित करना</p> <p>(B) केवल चित्र पोस्ट करना</p> <p>(C) सभी ब्लॉग हटाना</p> <p>(D) बैकलिंक खरीदना</p> |
| <p>27. Paid inclusion in SEO refers to:</p> <p>(A) Free listing on search engines</p> <p>(B) Payment to get webpages indexed quickly by search engines</p> <p>(C) Advertising on social media</p> <p>(D) Paid influencers</p> | <p>27. एसईओ में पेड इन्क्लूजन का अर्थ है :</p> <p>(A) सर्च इंजनों पर मुफ्त लिस्टिंग</p> <p>(B) वेबपेजों को सर्च इंजनों द्वारा जल्दी अनुक्रमित कराने के लिए भुगतान</p> <p>(C) सोशल मीडिया पर विज्ञापन</p> <p>(D) सशुल्क इन्फ्लुएंसर</p> |
| <p>28. Which of the following is a type of cookie?</p> <p>(A) Session cookie</p> <p>(B) Persistent cookie</p> <p>(C) Third-party cookie</p> <p>(D) All of the above</p> | <p>28. निम्नलिखित में से कौन एक प्रकार की कुकी है?</p> <p>(A) सेशन कुकी</p> <p>(B) परसिस्टेंट कुकी</p> <p>(C) थर्ड-पार्टी कुकी</p> <p>(D) उपरोक्त सभी</p> |
| <p>29. Session cookies are usually stored:</p> <p>(A) Until the user logs out or closes the browser</p> <p>(B) For one year</p> <p>(C) Permanently on hard drive</p> <p>(D) Only on mobile devices</p> | <p>29. सेशन कुकी आमतौर पर कब तक संग्रहीत रहती हैं?</p> <p>(A) जब तक उपयोगकर्ता लॉग आउट नहीं करता या ब्राउज़र बंद नहीं करता</p> <p>(B) एक वर्ष के लिए</p> <p>(C) हार्ड ड्राइव पर स्थायी रूप से</p> <p>(D) केवल मोबाइल उपकरणों पर</p> |
| <p>30. Cookies are important in online marketing because they:</p> <p>(A) Slow down websites</p> <p>(B) Track user preferences and improve experience</p> <p>(C) Delete user data</p> <p>(D) Block search engines</p> | <p>30. ऑनलाइन मार्केटिंग में कुकीज़ महत्वपूर्ण हैं क्योंकि वे :</p> <p>(A) वेबसाइटों को धीमा कर देती हैं</p> <p>(B) उपयोगकर्ता की प्राथमिकताओं को ट्रैक करती हैं और अनुभव को बेहतर बनाती हैं</p> <p>(C) उपयोगकर्ता डेटा को हटा देती हैं</p> <p>(D) सर्च इंजनों को ब्लॉक करती हैं</p> |

- | | |
|--|--|
| <p>31. Which type of cookie is used by advertisers to track browsing across multiple websites?</p> <p>(A) Session cookies
(B) Persistent cookies
(C) Third-party cookies
(D) Temporary cookies</p> | <p>31. विज्ञापकों द्वारा कई वेबसाइटों पर ब्राउज़िंग को ट्रैक करने के लिए किस प्रकार की कुकी का उपयोग किया जाता है?</p> <p>(A) सेशन कुकी
(B) परसिस्टेंट कुकी
(C) थर्ड-पार्टी कुकी
(D) अस्थायी कुकी</p> |
| <p>32. CRM in online marketing stands for:</p> <p>(A) Customer Relationship Management
(B) Content Ranking Method
(C) Customer Referral Marketing
(D) Consumer Resource Model</p> | <p>32. ऑनलाइन मार्केटिंग में सीआरएम का मतलब है :</p> <p>(A) ग्राहक सम्बन्ध प्रबन्धन
(B) सामग्री रैंकिंग विधि
(C) ग्राहक रेफरल मार्केटिंग
(D) उपभोक्ता संसाधन मॉडल</p> |
| <p>33. The primary goal of CRM is to:</p> <p>(A) Attract new customers only
(B) Maintain and strengthen relationships with customers
(C) Reduce product quality
(D) Replace SEO activities</p> | <p>33. सीआरएम का प्राथमिक लक्ष्य है :</p> <p>(A) केवल नए ग्राहकों को आकर्षित करना
(B) ग्राहकों के साथ सम्बन्धों को बनाए रखना और मजबूत करना
(C) उत्पाद की गुणवत्ता कम करना
(D) एसईओ गतिविधियों को बदलना</p> |
| <p>34. Which of the following is not a function of CRM?</p> <p>(A) Managing customer interactions
(B) Tracking sales and service history
(C) Generating customer insights
(D) Reducing website server cost</p> | <p>34. निम्नलिखित में से कौन-सी सीआरएम का कार्य नहीं है?</p> <p>(A) ग्राहक इंटरैक्शन का प्रबन्धन करना
(B) बिक्री और सेवा इतिहास को ट्रैक करना
(C) ग्राहक अंतर्दृष्टि उत्पन्न करना
(D) वेबसाइट सर्वर लागत कम करना</p> |
| <p>35. CRM tools help companies to:</p> <p>(A) Understand customer behaviour
(B) Personalize marketing campaigns
(C) Improve customer retention
(D) All of the above</p> | <p>35. सीआरएम उपकरण कंपनियों की मदद करते हैं :</p> <p>(A) ग्राहक व्यवहार को समझने में
(B) मार्केटिंग अभियानों को व्यक्तिगत बनाने में
(C) ग्राहक प्रतिधारण में सुधार करने में
(D) उपरोक्त सभी</p> |

36. Which of the following best describes user engagement metrics?
- (A) Click-through rate (CTR)
(B) Time spent on site
(C) Bounce rate
(D) All of the above
37. Search engines use cookies to:
- (A) Personalize search results
(B) Block websites
(C) Increase page loading time
(D) Remove duplicate content
38. Which SEO practice is unethical and may lead to penalties?
- (A) Keyword optimization
(B) Link building
(C) Black-hat SEO techniques
(D) Content creation
39. Content optimization mainly refers to:
- (A) Making content SEO-friendly and relevant for target audience
(B) Removing keywords from content
(C) Avoiding multimedia elements
(D) Only focusing on paid ads
40. CRM in e-commerce improves customer loyalty by:
- (A) Ignoring feedback
(B) Sending personalized offers and services
(C) Reducing communication
(D) Limiting after-sales service
36. निम्नलिखित में से कौन उपयोगकर्ता सहभागिता मेट्रिक्स का सबसे अच्छा वर्णन करता है?
- (A) क्लिक-थ्रू दर
(B) साइट पर बिताया गया समय
(C) बाउंस दर
(D) उपरोक्त सभी
37. सर्च इंजन कुकीज़ का उपयोग करते हैं :
- (A) सर्च परिणामों को व्यक्तिगत बनाने के लिए
(B) वेबसाइटों को ब्लॉक करने के लिए
(C) पेज लोड होने के समय को बढ़ाने के लिए
(D) डुप्लिकेट सामग्री को हटाने के लिए
38. कौन-सी एसईओ प्रथा अनैतिक है और दंड का कारण बन सकती है?
- (A) कीवर्ड ऑप्टिमाइज़ेशन
(B) लिंक बिल्डिंग
(C) ब्लैक-हैट एसईओ तकनीक
(D) सामग्री निर्माण
39. सामग्री ऑप्टिमाइज़ेशन का मुख्य रूप से अर्थ है:
- (A) सामग्री को एसईओ-अनुकूल और लक्षित दर्शकों के लिए प्रासंगिक बनाना
(B) सामग्री से कीवर्ड हटाना
(C) मल्टीमीडिया तत्वों से बचना
(D) केवल सशुल्क विज्ञापनों पर ध्यान केंद्रित करना
40. ई-कॉमर्स में सीआरएम ग्राहक वफादारी को कैसे बेहतर बनाता है?
- (A) प्रतिक्रिया को अनदेखा करके
(B) व्यक्तिगत ऑफ़र और सेवाएँ भेजकर
(C) संचार कम करके
(D) बिक्री-पश्चात सेवा को सीमित करके

41. Digital transformation framework mainly refers to:
- Traditional offline advertising
 - Strategic integration of digital technology in business
 - Printing business reports
 - Only social media campaigns
42. Which of the following is a disadvantage of online marketing?
- Wide audience reach
 - Risk of data privacy breaches
 - Cost-effectiveness
 - Easy customer targeting
43. One major precaution in online marketing is:
- Ignoring customer feedback
 - Protecting customer data and privacy
 - Using misleading ads
 - Spamming email inboxes
44. Which of the following is a key future trend in digital marketing?
- Decline of mobile usage
 - Increased use of Artificial Intelligence (AI)
 - Elimination of SEO
 - Avoidance of personalization
45. Affiliate marketing works on the principle of:
- Companies paying affiliates for referrals or sales generated
 - Free online promotion without tracking
 - Physical store promotions
 - Ignoring performance tracking
41. डिजिटल ट्रांसफॉर्मेशन फ्रेमवर्क का मुख्य रूप से अर्थ है :
- पारंपरिक ऑफ़लाइन विज्ञापन
 - व्यवसाय में डिजिटल तकनीक का रणनीतिक एकीकरण
 - व्यावसायिक रिपोर्टों को प्रिंट करना
 - केवल सोशल मीडिया अभियान
42. निम्नलिखित में से कौन ऑनलाइन मार्केटिंग का एक नुकसान है?
- व्यापक दर्शकों तक पहुँच
 - डेटा गोपनीयता उल्लंघनों को जोखिम
 - लागत-प्रभावशीलता
 - आसान ग्राहक लक्ष्यीकरण
43. ऑनलाइन मार्केटिंग में एक प्रमुख सावधानी क्या है?
- ग्राहक प्रतिक्रिया को अनदेखा करना
 - ग्राहक डेटा और गोपनीयता की रक्षा करना
 - गुमराह करने वाले विज्ञापनों का उपयोग करना
 - ईमेल इनबॉक्स को स्पैम करना
44. निम्नलिखित में से कौन डिजिटल मार्केटिंग में एक प्रमुख भविष्य की प्रवृत्ति है?
- मोबाइल के उपयोग में गिरावट
 - कृत्रिम बुद्धिमत्ता को बढ़ा हुआ उपयोग
 - एसईओ का उन्मूलन
 - निजीकरण से बचना
45. सम्बद्ध विपणन का सिद्धान्त किस पर काम करता है?
- कंपनियाँ उत्पन्न हुए रेफरल या बिक्री के लिए सहयोगियों को भुगतान करती हैं
 - ट्रेकिंग के बिना मुफ्त ऑनलाइन प्रचार
 - भौतिक स्टोर प्रचार
 - प्रदर्शन ट्रेकिंग को अनदेखा करना

46. In affiliate marketing, affiliates earn money mainly through:
- Salary
 - Commission on sales/leads
 - Product ownership
 - Government subsidy
47. A global issue in e-marketing is:
- Cultural and legal differences across countries
 - Unlimited advertising budgets
 - Same consumer behaviour worldwide
 - Free internet for all
48. Consumer behaviour online differs mainly because:
- Consumers have limited product choices
 - Consumers can compare prices, reviews, and alternatives easily
 - Only offline transactions are possible
 - Advertising is not visible
49. Market segmentation in online marketing is done based on:
- Demographics
 - Psychographics
 - Geographic and behavioural data
 - All of the above
50. Targeting in digital marketing means:
- Sending same message to all customers
 - Choosing a specific group of consumers to serve
 - Ignoring niche markets
 - Eliminating competitors
46. सम्बन्ध विपणन में, सहयोगी मुख्य रूप से किस माध्यम से पैसा कमाते हैं?
- वेतन
 - बिक्री/लीड पर कमीशन
 - उत्पाद का स्वामित्व
 - सरकारी सब्सिडी
47. ई-मार्केटिंग में एक वैश्विक मुद्दा क्या है?
- देशों में सांस्कृतिक और कानूनी अन्तर
 - असीमित विज्ञापन बजट
 - दुनिया भर में एक जैसा उपभोक्ता व्यवहार
 - सभी के लिए मुफ्त इंटरनेट
48. ऑनलाइन उपभोक्ता व्यवहार मुख्य रूप से क्यों भिन्न होता है?
- उपभोक्ताओं के पास सीमित उत्पाद विकल्प होते हैं
 - उपभोक्ता कीमतों, समीक्षाओं और विकल्पों की आसानी से तुलना कर सकते हैं
 - केवल ऑफलाइन लेनदेन संभव हैं
 - विज्ञापन दिखाई नहीं देता है
49. ऑनलाइन मार्केटिंग में बाजार विभाजन किस आधार पर किया जाता है?
- जनसांख्यिकी
 - मनोवृत्ति सम्बन्धी आँकड़े
 - भौगोलिक और व्यवहार सम्बन्धी डेटा
 - उपरोक्त सभी
50. डिजिटल मार्केटिंग में लक्ष्यीकरण का अर्थ है :
- सभी ग्राहकों को एक ही संदेश भेजना
 - सेवा करने के लिए उपभोक्ताओं के एक विशिष्ट समूह का चयन करना
 - विशिष्ट बाजारों को अनदेखा करना
 - प्रतिस्पर्धियों को खत्म करना

51. Differentiation strategy in online marketing focuses on:
- Offering unique features compared to competitors
 - Reducing all quality levels
 - Following competitor's strategies exactly
 - Limiting customer service
52. Positioning in online marketing means:
- Deciding a brand's place in the minds of target customers
 - Selecting distribution channels only
 - Fixing product prices
 - Reducing advertising spend
53. Which of the following is not an online marketing research tool?
- Google Trends
 - Social media analytics
 - Online surveys
 - Paper-based local interviews only
54. Precaution while using online marketing research tools is:
- Protecting respondent data privacy
 - Ignoring analytics
 - Using irrelevant questions
 - Collecting incomplete data
55. A disadvantage of affiliate marketing is:
- Low return on investment
 - Difficulty in tracking fraudulent affiliates
 - No commission-based system
 - Customers can't buy online
51. ऑनलाइन मार्केटिंग में विभेदन रणनीति किस पर केंद्रित है?
- प्रतिस्पर्धियों की तुलना में अद्वितीय सुविधाएँ प्रदान करना
 - सभी गुणवत्ता स्तरों को कम करना
 - प्रतिस्पर्धी की रणनीतियों का ठीक-ठीक पालन करना
 - ग्राहक सेवा को सीमित करना
52. ऑनलाइन मार्केटिंग में पोजीशनिंग का अर्थ है:
- लक्षित ग्राहकों के दिमाग में ब्रांड का स्थान तय करना
 - केवल वितरण चैनलों का चयन करना
 - उत्पाद की कीमतों को तय करना
 - विज्ञापन खर्च को कम करना
53. निम्नलिखित में से कौन एक ऑनलाइन मार्केटिंग अनुसंधान उपकरण नहीं है?
- गूगल ट्रेंड्स
 - सोशल मीडिया एनालिटिक्स
 - ऑनलाइन सर्वेक्षण
 - केवल कागज़-आधारित स्थानीय साक्षात्कार
54. ऑनलाइन मार्केटिंग अनुसंधान उपकरणों का उपयोग करते समय क्या सावधानी बरतनी चाहिए?
- प्रतिवादी डेटा गोपनीयता की रक्षा करना
 - एनालिटिक्स को अनदेखा करना
 - अप्रासंगिक प्रश्नों का उपयोग करना
 - अधूरा डेटा एकत्र करना
55. सम्बद्ध विपणन का एक नुकसान क्या है?
- निवेश पर कम रिटर्न
 - धोखाधड़ी वाले सहयोगियों को ट्रैक करने में कठिनाई
 - कोई कमीशन-आधारित प्रणाली नहीं
 - ग्राहक ऑनलाइन खरीद नहीं सकते

56. Which of these is an example of global e-marketing legal issue?
- (A) Data protection regulations (like GDPR)
- (B) Unlimited ad budget
- (C) Free shipping everywhere
- (D) Same language use worldwide
57. Online consumer behaviour is highly influenced by:
- (A) Reviews, ratings, and peer recommendations
- (B) Absence of internet
- (C) Lack of choices
- (D) Offline billboards only
58. Targeting strategies can be:
- (A) Mass marketing
- (B) Niche marketing
- (C) Micro-targeting
- (D) All of the above
59. Positioning is successful when:
- (A) Customers perceive the brand as distinct and valuable
- (B) The company copies all competitor strategies
- (C) No research is conducted
- (D) Prices are kept artificially high without reason
60. One future trend in digital marketing research tools is:
- (A) Use of AI and Big Data analytics
- (B) Stopping online surveys
- (C) Avoiding customer insights
- (D) Relying only on offline focus groups
56. इनमें से कौन वैश्विक ई-मार्केटिंग कानूनी मुद्दे का एक उदाहरण है?
- (A) डेटा सुरक्षा विनियमन (जैसे GDPR)
- (B) असीमित विज्ञापन बजट
- (C) हर जगह मुफ्त शिपिंग
- (D) दुनिया भर में एक ही भाषा का उपयोग
57. ऑनलाइन उपभोक्ता व्यवहार अत्यधिक किससे प्रभावित होता है?
- (A) समीक्षाएँ, रेटिंग और सहकर्मी की सिफारिशें
- (B) इंटरनेट की अनुपस्थिति
- (C) विकल्पों की कमी
- (D) केवल ऑफ़लाइन होर्डिंग
58. लक्ष्यीकरण रणनीतियाँ हो सकती हैं :
- (A) मास मार्केटिंग
- (B) विशिष्ट मार्केटिंग
- (C) माइक्रो-टारगेटिंग
- (D) उपरोक्त सभी
59. पोजीशनिंग कब सफल होती है?
- (A) जब ग्राहक ब्रांड को विशिष्ट और मूल्यवान मानते हैं
- (B) जब कंपनी सभी प्रतिस्पर्धी रणनीतियों की नकल करती है
- (C) जब कोई शोध नहीं किया जाता है
- (D) जब कीमतें बिना किसी कारण के कृत्रिम रूप से उच्च रखी जाती हैं
60. डिजिटल मार्केटिंग अनुसंधान उपकरणों में एक भविष्य की प्रवृत्ति है :
- (A) एआई और बिग डेटा एनालिटिक्स का उपयोग
- (B) ऑनलाइन सर्वेक्षण बंद करना
- (C) ग्राहक अंतर्दृष्टि से बचना
- (D) केवल ऑफ़लाइन फोकस ग्रुपों पर निर्भर रहना

61. E-commerce can be best defined as:
- (A) Buying and selling of goods/ services through the internet
- (B) Only online banking
- (C) Traditional offline business
- (D) Social media chatting
62. Which of the following is the earliest form of e-commerce?
- (A) Mobile apps
- (B) Electronic Data Interchange (EDI)
- (C) Social media ads
- (D) Virtual reality stores
63. The development of e-commerce was largely enabled by:
- (A) High-speed internet and digital payment systems
- (B) Paper invoices
- (C) Physical cash only
- (D) Offline advertising
64. Which of these is not a type of e-commerce?
- (A) B2B
- (B) B2C
- (C) C2C
- (D) P2P Offline marketing
65. E-commerce marketing mainly focuses on:
- (A) Promoting products and services online to drive traffic and sales
- (B) Building offline stores only
- (C) Removing digital presence
- (D) Ignoring social media
61. ई-कॉमर्स को सबसे अच्छी तरह से परिभाषित किया जा सकता है :
- (A) इंटरनेट के माध्यम से वस्तुओं/सेवाओं की खरीद और बिक्री
- (B) केवल ऑनलाइन बैंकिंग
- (C) पारंपरिक ऑफ़लाइन व्यवसाय
- (D) सोशल मीडिया पर चैटिंग
62. निम्नलिखित में से कौन ई-कॉमर्स का सबसे प्रारंभिक रूप है?
- (A) मोबाइल ऐप्स
- (B) इलेक्ट्रॉनिक डेटा इंटरचेंज
- (C) सोशल मीडिया विज्ञापन
- (D) वर्चुअल रियलिटी स्टोर
63. ई-कॉमर्स का विकास मुख्य रूप से किसके द्वारा संभव हुआ?
- (A) हाई-स्पीड इंटरनेट और डिजिटल भुगतान प्रणाली
- (B) कागजी चालान
- (C) केवल भौतिक नकद
- (D) ऑफ़लाइन विज्ञापन
64. इनमें से कौन ई-कॉमर्स का एक प्रकार नहीं है?
- (A) बी2बी
- (B) बी2सी
- (C) सी2सी
- (D) पी2पी ऑफ़लाइन मार्केटिंग
65. ई-कॉमर्स मार्केटिंग मुख्य रूप से किस पर केंद्रित है?
- (A) ट्रैफ़िक और बिक्री बढ़ाने के लिए उत्पादों और सेवाओं को ऑनलाइन बढ़ावा देना
- (B) केवल ऑफ़लाइन स्टोर बनाना
- (C) डिजिटल उपस्थिति को हटाना
- (D) सोशल मीडिया को अनदेखा करना

66. Which of the following is a key tool of e-commerce marketing?
- (A) SEO and SEM
(B) Email marketing
(C) Social media campaigns
(D) All of the above
67. Which is an important legal consideration in e-commerce?
- (A) Data privacy and protection
(B) Consumer rights
(C) Intellectual property
(D) All of the above
68. The Indian law that governs online transactions and digital signatures is:
- (A) Companies Act, 2013
(B) Information Technology Act, 2000
(C) Contract Act, 1872
(D) Copyright Act, 1957
69. Which of the following is an example of B2C e-commerce?
- (A) Amazon selling to consumers
(B) A manufacturer supplying to a wholesaler
(C) Facebook employee portal
(D) Government tenders
70. Customer service expectations in e-commerce primarily include:
- (A) Fast delivery and easy returns
(B) Secure payment systems
(C) 24/7 support
(D) All of the above
66. निम्नलिखित में से कौन-ई-कॉमर्स मार्केटिंग का एक प्रमुख उपकरण है?
- (A) एसईओ और एसईएम
(B) ईमेल मार्केटिंग
(C) सोशल मीडिया अभियान
(D) उपरोक्त सभी
67. ई-कॉमर्स में एक महत्वपूर्ण कानूनी विचार क्या है?
- (A) डेटा गोपनीयता और सुरक्षा
(B) उपभोक्ता अधिकार
(C) बौद्धिक संपदा
(D) उपरोक्त सभी
68. ऑनलाइन लेनदेन और डिजिटल हस्ताक्षर को नियंत्रित करने वाला भारतीय कानून है :
- (A) कंपनी अधिनियम, 2013
(B) सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम, 2000
(C) संविदा अधिनियम, 1872
(D) कॉपीराइट अधिनियम, 1957
69. निम्नलिखित में से कौन बी2सी ई-कॉमर्स का एक उदाहरण है?
- (A) अमेज़ॉन का उपभोक्ताओं को बेचना
(B) एक थोक व्यापारी को आपूर्ति करने वाला निर्माता
(C) फेसबुक कर्मचारी पोर्टल
(D) सरकारी निविदाएँ
70. ई-कॉमर्स में ग्राहक सेवा की अपेक्षाओं में मुख्य रूप से शामिल हैं :
- (A) तेज़ डिलीवरी और आसान वापसी
(B) सुरक्षित भुगतान प्रणाली
(C) 24/7 सहायता
(D) उपरोक्त सभी

71. Which of the following is not an advantage of e-commerce?
- (A) Wider market reach
(B) Reduced operational cost
(C) Limited access to information
(D) Convenience of shopping
72. E-commerce legal issues include:
- (A) Cyber security risks
(B) Intellectual property rights
(C) Fraudulent transactions
(D) All of the above
73. In e-commerce, SSL certificates are mainly used for:
- (A) Website design
(B) Securing online transactions
(C) Increasing website speed
(D) Blocking cookies
74. Which of these is a global challenge in e-commerce legal compliance?
- (A) Different tax and data protection laws across countries
(B) Same rules everywhere
(C) Free international shipping
(D) Unlimited advertising
75. A critical customer expectation in e-commerce is:
- (A) Lack of transparency
(B) Personalized experience and recommendations
(C) Delayed customer support
(D) Complicated checkout process
71. निम्नलिखित में से कौन ई-कॉमर्स का लाभ नहीं है?
- (A) व्यापक बाजार तक पहुँच
(B) कम परिचालन लागत
(C) जानकारी तक सीमित पहुँच
(D) खरीदारी की सुविधा
72. ई-कॉमर्स के कानूनी मुद्दों में शामिल हैं :
- (A) साइबर सुरक्षा जोखिम
(B) बौद्धिक संपदा अधिकार
(C) धोखाधड़ी वाले लेनदेन
(D) उपरोक्त सभी
73. ई-कॉमर्स में, एसएसएल प्रमाणपत्र का उपयोग मुख्य रूप से किस लिए किया जाता है?
- (A) वेबसाइट डिजाइन
(B) ऑनलाइन लेनदेन को सुरक्षित करने के लिए
(C) वेबसाइट की गति बढ़ाने के लिए
(D) कुकीज़ को ब्लॉक करने के लिए
74. ई-कॉमर्स कानूनी अनुपालन में एक वैश्विक चुनौति क्या है?
- (A) देशों में विभिन्न कर और डेटा सुरक्षा कानून
(B) हर जगह एक ही नियम
(C) मुफ्त अंतर्राष्ट्रीय शिपिंग
(D) असीमित विज्ञापन
75. ई-कॉमर्स में एक महत्वपूर्ण ग्राहक अपेक्षा क्या है?
- (A) पारदर्शिता की कमी
(B) व्यक्तिगत अनुभव और सिफारिशें
(C) विलंबित ग्राहक सहायता
(D) जटिल चेकआउट प्रक्रिया

- | | |
|---|---|
| <p>76. Which of the following is not an example of e-commerce marketing?</p> <p>(A) Pay-per-click advertising</p> <p>(B) Influencer marketing</p> <p>(C) Door-to-door sales</p> <p>(D) Content marketing</p> | <p>76. निम्नलिखित में से कौन ई-कॉमर्स मार्केटिंग का उदाहरण नहीं है?</p> <p>(A) पे-पर-क्लिक विज्ञापन</p> <p>(B) इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग</p> <p>(C) घर-घर जाकर बिक्री</p> <p>(D) कंटेंट मार्केटिंग</p> |
| <p>77. The success of e-commerce heavily depends on:</p> <p>(A) Customer trust and satisfaction</p> <p>(B) Ignoring customer reviews</p> <p>(C) Delayed product delivery</p> <p>(D) Lack of security</p> | <p>77. ई-कॉमर्स की सफलता अत्यधिक किस पर निर्भर करती है?</p> <p>(A) ग्राहक विश्वास और संतुष्टि</p> <p>(B) ग्राहक समीक्षाओं को अनदेखा करना</p> <p>(C) विलंबित उत्पाद वितरण</p> <p>(D) सुरक्षा की कमी</p> |
| <p>78. Which of the following is a common e-commerce customer service tool?</p> <p>(A) Chatbots</p> <p>(B) Helpdesk systems</p> <p>(C) AI-based recommendation engines</p> <p>(D) All of the above</p> | <p>78. निम्नलिखित में से कौन एक सामान्य ई-कॉमर्स ग्राहक सेवा उपकरण है?</p> <p>(A) चैटबॉट</p> <p>(B) हेल्पडेस्क सिस्टम</p> <p>(C) एआई-आधारित सिफारिश इंजन</p> <p>(D) उपरोक्त सभी</p> |
| <p>79. Which of the following is not a stage in e-commerce development?</p> <p>(A) Early EDI systems</p> <p>(B) Dot-com boom</p> <p>(C) Mobile commerce</p> <p>(D) Manual ledger systems</p> | <p>79. निम्नलिखित में से कौन ई-कॉमर्स विकास का एक चरण नहीं है?</p> <p>(A) प्रारंभिक ईडीआई सिस्टम</p> <p>(B) डॉट-कॉम बूम</p> <p>(C) मोबाइल कॉमर्स</p> <p>(D) मैनुअल लेजर सिस्टम</p> |
| <p>80. The main objective of customer service in e-commerce is to:</p> <p>(A) Build long-term trust and loyalty</p> <p>(B) Reduce online presence</p> <p>(C) Ignore consumer complaints</p> <p>(D) Increase delivery time</p> | <p>80. ई-कॉमर्स में ग्राहक सेवा का मुख्य उद्देश्य है :</p> <p>(A) दीर्घकालिक विश्वास और वफादारी बनाना</p> <p>(B) ऑनलाइन उपस्थिति कम करना</p> <p>(C) उपभोक्ता शिकायतों को अनदेखा करना</p> <p>(D) डिलीवरी का समय बढ़ाना</p> |

- | | |
|--|--|
| <p>81. Digital marketing primarily uses which medium?</p> <p>(A) Print media
(B) Television
(C) Internet
(D) Radio</p> | <p>81. डिजिटल मार्केटिंग मुख्य रूप से किस माध्यम का उपयोग करती है?</p> <p>(A) प्रिंट मीडिया
(B) टेलीविज़न
(C) इंटरनेट
(D) रेडियो</p> |
| <p>82. Which of the following is not a feature of digital marketing?</p> <p>(A) Global reach
(B) Cost effectiveness
(C) Real-time results
(D) Limited interactivity</p> | <p>82. निम्नलिखित में से कौन डिजिटल मार्केटिंग की विशेषता नहीं है?</p> <p>(A) वैश्विक पहुँच
(B) लागत-प्रभावशीलता
(C) वास्तविक समय के परिणाम
(D) सीमित परस्पर क्रिया</p> |
| <p>83. The main objective of digital marketing is to:</p> <p>(A) Decrease online users
(B) Increase customer engagement and reach
(C) Avoid competition
(D) Focus only on traditional methods</p> | <p>83. डिजिटल मार्केटिंग का मुख्य उद्देश्य है :</p> <p>(A) ऑनलाइन उपयोगकर्ताओं को कम करना
(B) ग्राहक सहभागिता और पहुँच बढ़ाना
(C) प्रतिस्पर्धा से बचना
(D) केवल पारंपरिक तरीकों पर ध्यान केंद्रित करना</p> |
| <p>84. Which of these best describes "scope of digital marketing"?</p> <p>(A) Restricted to urban areas
(B) Limited to offline promotion
(C) Wide reach across global audiences
(D) Focus only on newspapers</p> | <p>84. "डिजिटल मार्केटिंग का दायरा" का सबसे अच्छा वर्णन कौन करता है?</p> <p>(A) शहरी क्षेत्रों तक ही सीमित
(B) ऑफ़लाइन प्रचार तक सीमित
(C) वैश्विक दर्शकों के बीच व्यापक पहुँच
(D) केवल समाचार पत्रों पर ध्यान केंद्रित करना</p> |
| <p>85. Which of the following is a problem in digital marketing?</p> <p>(A) High interactivity
(B) Privacy concerns
(C) Low global reach
(D) Real-time data</p> | <p>85. निम्नलिखित में से कौन डिजिटल मार्केटिंग में एक समस्या है?</p> <p>(A) उच्च परस्पर क्रिया
(B) गोपनीयता सम्बन्धी चिंताएँ
(C) कम वैश्विक पहुँच
(D) वास्तविक समय का डेटा</p> |

86. Digital marketing is most effective when compared to real marketing because :
- It has delayed feedback
 - It is less interactive
 - It allows precise targeting
 - It excludes customer data
87. Traditional marketing is also known as :
- Real marketing
 - Digital marketing
 - Online marketing
 - Content marketing
88. A key benefit of digital marketing over traditional marketing is :
- Higher printing costs
 - Limited audience reach
 - Measurable results
 - Lack of feedback
89. Which of the following is not an objective of digital marketing?
- Customer acquisition
 - Increasing engagement
 - Enhancing visibility
 - Avoiding customer feedback
90. History of digital marketing dates back to which technology?
- Invention of television
 - Internet and search engines
 - Radio broadcasting
 - Newspaper circulation
86. डिजिटल मार्केटिंग रियल मार्केटिंग की तुलना में सबसे अधिक प्रभावी है क्योंकि :
- इसमें विलंबित प्रतिक्रिया होती है
 - यह कम इंटरैक्टिव है
 - यह सटीक लक्ष्यीकरण की अनुमति देता है
 - यह ग्राहक डेटा को बाहर करता है
87. पारंपरिक मार्केटिंग को इस रूप में भी जाना जाता है :
- रियल मार्केटिंग
 - डिजिटल मार्केटिंग
 - ऑनलाइन मार्केटिंग
 - कंटेंट मार्केटिंग
88. पारंपरिक मार्केटिंग की तुलना में डिजिटल मार्केटिंग का एक प्रमुख लाभ है :
- उच्च मुद्रण लागत
 - सीमित दर्शक पहुँच
 - मापने योग्य परिणाम
 - प्रतिक्रिया की कमी
89. निम्नलिखित में से कौन डिजिटल मार्केटिंग का उद्देश्य नहीं है?
- ग्राहक अधिग्रहण
 - सहभागिता बढ़ाना
 - दृश्यता बढ़ाना
 - ग्राहक प्रतिक्रिया से बचना
90. डिजिटल मार्केटिंग का इतिहास किस तकनीक से सम्बंधित है?
- टेलीविज़न का आविष्कार
 - इंटरनेट और सर्च इंजन
 - रेडियो प्रसारण
 - समाचार पत्र का वितरण

- | | |
|--|--|
| <p>91. One major feature of digital marketing is:</p> <p>(A) One-way communication</p> <p>(B) Two-way communication</p> <p>(C) No communication</p> <p>(D) Delay in communication</p> | <p>91. डिजिटल मार्केटिंग की एक प्रमुख विशेषता है:</p> <p>(A) एक-तरफ़ा संचार</p> <p>(B) दो-तरफ़ा संचार</p> <p>(C) कोई संचार नहीं</p> <p>(D) संचार में देरी</p> |
| <p>92. Real marketing strategies are mostly focused on:</p> <p>(A) Online ads</p> <p>(B) Physical promotions</p> <p>(C) Search engine optimization</p> <p>(D) Social media campaigns</p> | <p>92. रियल मार्केटिंग रणनीतियाँ ज्यादातर किस पर केंद्रित होती हैं?</p> <p>(A) ऑनलाइन विज्ञापन</p> <p>(B) भौतिक प्रचार</p> <p>(C) सर्च इंजन ऑप्टिमाइज़ेशन</p> <p>(D) सोशल मीडिया अभियान</p> |
| <p>93. Which of the following is a challenge in digital marketing?</p> <p>(A) Easy tracking</p> <p>(B) Cybersecurity issues</p> <p>(C) Low engagement</p> <p>(D) None of the above</p> | <p>93. निम्नलिखित में से कौन डिजिटल मार्केटिंग में एक चुनौती है?</p> <p>(A) आसान ट्रैकिंग</p> <p>(B) साइबर सुरक्षा के मुद्दे</p> <p>(C) कम सहभागिता</p> <p>(D) उपरोक्त में से कोई नहीं</p> |
| <p>94. The term "Digital Marketing" includes:</p> <p>(A) SEO, social media, content, email marketing</p> <p>(B) Billboards and posters</p> <p>(C) Door-to-door selling</p> <p>(D) Flyers and brochures</p> | <p>94. "डिजिटल मार्केटिंग" शब्द में शामिल है :</p> <p>(A) इसईओ, सोशल मीडिया, कंटेंट, ईमेल मार्केटिंग</p> <p>(B) बिलबोर्ड और पोस्टर</p> <p>(C) घर-घर जाकर बिक्री</p> <p>(D) फ़्लायर और ब्रोशर</p> |
| <p>95. One of the main benefits of digital marketing is:</p> <p>(A) Expensive advertising</p> <p>(B) Instant feedback</p> <p>(C) Slow communication</p> <p>(D) Difficulty in tracking</p> | <p>95. डिजिटल मार्केटिंग के मुख्य लाभों में से एक है:</p> <p>(A) महंगा विज्ञापन</p> <p>(B) तत्काल प्रतिक्रिया</p> <p>(C) धीमा संचार</p> <p>(D) ट्रैकिंग में कठिनाई</p> |

96. A limitation of real marketing compared to digital marketing is:
- Global accessibility
 - Immediate analytics
 - Localized reach
 - Online engagement
97. Which of the following best differentiates digital marketing from real marketing?
- It has more physical advertisements
 - It allows interactive communication with customers
 - It excludes customer engagement
 - It only uses newspapers
98. A business that uses search engine ads, social media, and emails is practicing:
- Real marketing
 - Digital marketing
 - Offline marketing
 - Word-of-mouth marketing
99. Which of these is considered a problem in digital marketing?
- Wide audience targeting
 - Data privacy risks
 - Cost effectiveness
 - Real-time analytics
100. The benefit of digital marketing is:
- Time-consuming tracking
 - Restricted audience reach
 - High cost promotions
 - Performance measurement
96. डिजिटल मार्केटिंग की तुलना में रियल मार्केटिंग की एक सीमा है :
- वैश्विक पहुँच
 - तत्काल विश्लेषण
 - स्थानीयकृत पहुँच
 - ऑनलाइन सहभागिता
97. निम्नलिखित में से कौन डिजिटल मार्केटिंग को रियल मार्केटिंग से सबसे अच्छी तरह अलग करता है?
- इसमें अधिक भौतिक विज्ञापन होते हैं
 - यह ग्राहकों के साथ इंटरैक्टिव संचार की अनुमति देता है
 - यह ग्राहक सहभागिता को बाहर करता है
 - यह केवल समाचार पत्रों का उपयोग करता है
98. एक व्यवसाय जो सर्च इंजन विज्ञापनों, सोशल मीडिया और ईमेल का उपयोग करता है, वह किस मार्केटिंग का अभ्यास कर रहा है?
- रियल मार्केटिंग
 - डिजिटल मार्केटिंग
 - ऑफलाइन मार्केटिंग
 - वर्ड-ऑफ-माउथ मार्केटिंग
99. इनमें से किसे डिजिटल मार्केटिंग में एक समस्या माना जाता है?
- व्यापक दर्शकों का लक्ष्यीकरण
 - डेटा गोपनीयता जोखिम
 - लागत-प्रभावशीलता
 - वास्तविक समय का विश्लेषण
100. डिजिटल मार्केटिंग का लाभ है :
- समय लेने वाली ट्रैकिंग
 - प्रतिबन्धित दर्शक पहुँच
 - उच्च लागत वाले प्रचार
 - प्रदर्शन का मापन

Rough Work / रफ 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 ओ०एम०आर० 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. ओ०एम०आर० 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: प्रश्नपुस्तिका खोलने पर प्रथमतः जाँच कर देख लें कि प्रश्नपुस्तिका के सभी पृष्ठ भलीभाँति छपे हुए हैं। यदि प्रश्नपुस्तिका में कोई कमी हो, तो कक्षनिरीक्षक को दिखाकर उसी सिरिज की दूसरी प्रश्नपुस्तिका प्राप्त कर लें।