Total Pages-16

DMM-301

3rd Semester Examination Session December, 2024

Digital Ecosystem and Freelancing

डिजिटल इकोसिस्टम और फ्रीलांसिंग

Time : **2:00** Hrs. Max. Marks : **40**

समय : **2:00** घण्टा अधिकतम अंक : **40**

Roll No. (in Figures) :
अनुक्रमांक अंकों में : ....

Roll No. (in Words) : ....

अनुक्रमांक शब्दों में : ....

Examination Centre : ....

परीक्षा केन्द्र : ....

Invigilator's Signature / पर्यवेक्षक के हस्ताक्षर

Do not open the Booklet until you are asked to do so.
जब तक कहा न जाये, पुस्तिका न खोलें।
First Read all the instructions.
पहले सभी निर्देशों को पढ़ लें।

Important Instructions :

1. This paper consists of **40** Multiple Choice Questions (M.C.Q.). All questions are compulsory and carry **1** mark each. There is not negative marking.
2. Each question has four alternative responses marked (A), (B), (C) and (D). You have to choose an appropriate answer option and mark it on the OMR sheet.
3. For marking answers on OMR sheet, follow the detailed instructions given on the OMR Sheet.
4. Use only Blue or Black ball point pen for marking on OMR.

महत्वपूर्ण निर्देश :

1. इस प्रश्न–पत्र में **40** बहुविकल्पीय प्रश्न हैं। सभी प्रश्न अनिवार्य हैं व प्रत्येक प्रश्न **1** अंक का है। गलत उत्तर के लिए अंक नहीं काटे जायेंगे।
2. प्रत्येक प्रश्न के चार उत्तर विकल्प (A), (B), (C) एवं (D) दिए गए हैं। आपको उपयुक्त उत्तर विकल्प का चुनाव कर उत्तर ओ.एम.आर. प्रपत्र पर अंकित करना है।
3. ओ.एम.आर. प्रपत्र पर अपने सही उत्तर को चिह्नित करने के लिए प्रपत्र पर अंकित निर्देशों का पालन कीजिए।
4. ओ.एम.आर. पर चिह्न लगाने के लिए केवल नीली या काली बॉल प्वॉइन्ट पैन का ही इस्तेमाल कीजिए।

1. What is the primary protocol used for transferring web pages on the internet ?

(A) FTP

(B) HTTP

(C) SMTP

(D) POP3

2. What does URL stand for ?

(A) Universal Resource Locator

(B) Uniform Resource Locator

(C) Unilateral Reference Link

(D) Universal Reference Library

3. What is the role of a web browser ?

(A) To send e-mails

(B) To store data on the cloud .

(C) To display web pages

(D) To manage network connections

4. Which of these is NOT a web browser ?

(A) Chrome

(B) Firefox

(C) Safari

(D) Python

1. इंटरनेट पर वेब पेज स्थानांतरित करने के लिए कौन सा प्रमुख प्रोटोकॉल उपयोग किया जाता है ?

(A) FTP

(B) HTTP

(C) SMTP

(D) POP3

2. URL का पूरा नाम क्या है ?

(A) यूनिवर्सल रिसोर्स लोकेटर

(B) यूनिफॉर्म रिसोर्स लोकेटर

(C) यूनिलेटरल रेफरेंस लिंक

(D) यूनिवर्सल रेफरेंस लाइब्रेरी

3. वेब ब्राउजर का क्या कार्य है ?

(A) ई–मेल भेजना

(B) क्लाउड पर डेटा स्टोर करना

(C) वेब पेज प्रदर्शित करना

(D) नेटवर्क कनेक्शन प्रबंधित करना

4. इनमें से कौन सा वेब ब्राउजर नहीं है ?

(A) क्रोम

(B) फायरफॉक्स

(C) सफारी

(D) पाइथन

5. In which year the World Wide Web publicly introduced ?

(A) 1989

(B) 1991

(C) 1993

(D) 1995

6. Which of the following is NOT a component of the World Wide Web ?

(A) Web servers

(B) Web browsers

(C) Domain Name System

(D) Physical cables

7. What is one major benefit of being a freelance digital marketer ?

(A) Fixed working hours

(B) Limited client interaction

(C) Flexibility in work schedule

(D) No need for marketing skills

8. Which of the following is/are NOT typically part of digital marketing ?

(A) E-mail marketing

(B) Print advertising

(C) Content marketing

(D) Social media advertising

5. वर्ल्ड वाइड वेब सार्वजनिक रूप से कौन से वर्ष से शुरू किया गया था ?

(A) 1989

(B) 1991

(C) 1993

(D) 1995

6. निम्न में से कौन वर्ल्ड वाइड वेब का घटक नहीं है ?

(A) वेब सर्वर

(B) वेब ब्राउजर

(C) डोमेन नेम सिस्टम

(D) फिजिकल केबल्स

7. एक स्वतंत्र (फ्रीलांस) डिजिटल मार्केटर होने का एक प्रमुख लाभ क्या है ?

(A) निश्चित कार्य समय

(B) सीमित ग्राहक बातचीत

(C) कार्य अनुसूची में लचीलापन

(D) मार्केटिंग कौशल की आवश्यकता नहीं

8. आमतौर पर निम्न में से कौन सा डिजिटल मार्केटिंग का हिस्सा नहीं है ?

(A) ई–मेल मार्केटिंग

(B) प्रिंट विज्ञापन

(C) कंटेंट मार्केटिंग

(D) सोशल मीडिया विज्ञापन

9. What does PPC stand for in digital marketing ?

(A) Pay Per Click

(B) Price Per Conversion

(C) Promote Product Content

(D) Personal Performance Check

10. How can a freelance digital marketer measure the success of an e-mail campaign ?

(A) Open rates and click-through rates

(B) Number of emails sent

(C) Server response time

(D) Number of attachments included

11. Which type of marketing focuses on building long-term customer relationships ?

(A) Direct Marketing

(B) Content Marketing

(C) Transactional Marketing

(D) Outbound Marketing

9. डिजिटल मार्केटिंग में PPC का पूरा नाम क्या है ?

(A) पे पर क्लिक

(B) प्राइस पर कन्वर्शन

(C) प्रमोट प्रोडक्ट कंटेंट

(D) पर्सनल परफॉर्मेंस चेक

10. एक स्वतंत्र डिजिटल मार्केटर ई-मेल अभियान की सफलता को कैसे माप सकता है ?

(A) ओपन रेट्स और क्लिक-थ्रू रेट्स

(B) भेजे गए ई-मेल की संख्या

(C) सर्वर प्रतिक्रिया समय

(D) शामिल अटैचमेंट्स की संख्या

11. किस प्रकार का मार्केटिंग दीर्घकालिक ग्राहक सम्बन्ध बनाने पर केंद्रित होता है ?

(A) डायरेक्ट मार्केटिंग

(B) कंटेंट मार्केटिंग

(C) ट्रांजैक्शनल मार्केटिंग

(D) आउटबाउंड मार्केटिंग

12. What is/are the key challenge(s) for freelance digital marketers ?

(A) Uniform work hours

(B) Consistent income

(C) Lack of digital tools

(D) Absence of creative tasks

12. स्वतंत्र (फ्रीलांस) डिजिटल मार्केटर्स के लिए मुख्य चुनौती/चुनौतियाँ क्या हैं ?

(A) समान कार्य समय

(B) स्थिर आय

(C) डिजिटल टूल्स की कमी

(D) रचनात्मक कार्यों की अनुपस्थिति

13. Which metric is crucial for evaluating social media marketing effectiveness ?

(A) Number of posts

(B) Engagement rate

(C) Amount of text in posts

(D) Color scheme of graphics

13. सोशल मीडिया मार्केटिंग की प्रभावशीलता का मूल्यांकन करने के लिए कौन सा मीट्रिक महत्वपूर्ण है ?

(A) पोस्ट की संख्या

(B) एंगेजमेंट रेट

(C) पोस्ट में टेक्स्ट की मात्रा

(D) ग्राफिक्स की रंग योजना

14. What does CTA stand for in digital marketing ?

(A) Click Through Analysis

(B) Call To Action

(C) Content Tracking Algorithm

(D) Consumer Traffic Assessment

14. डिजिटल मार्केटिंग में CTA का क्या मतलब है ?

(A) क्लिक थ्रू एनालिसिस

(B) कॉल टू एक्शन

(C) कंटेंट ट्रैकिंग एल्गोरिदम

(D) कंज्यूमर ट्रैफिक असेसमेंट

15. Which term describes the practice of optimizing websites for mobile devices ?

(A) Mobile Marketing

(B) Responsive Design

(C) App Marketing

(D) SMS Marketing

15. वह कौन सा शब्द है जो वेबसाइट्स को मोबाइल उपकरणों के लिए ऑप्टिमाइज करने का वर्णन करता है ?

(A) मोबाइल मार्केटिंग

(B) रिस्पॉन्सिव डिजाइन

(C) ऐप मार्केटिंग

(D) एसएमएस मार्केटिंग

16. Which platform would you use to analyze website traffic and sources ?

(A) Mailchimp

(B) Google Analytics

(C) Canva

(D) Hootsuite

17. What is a digital ecosystem ?

(A) A natural ecosystem related to technology

(B) A network of interconnected digital entities

(C) A framework for studying digital evolution

(D) A database management system

18. Which of the following is a key feature of a digital ecosystem ?

(A) Decentralization

(B) Hierarchical structure

(C) Physical interaction

(D) Limited scalability

16. किस प्लेटफॉर्म का उपयोग वेबसाइट ट्रैफिक और स्रोतों का विश्लेषण करने के लिए किया जाता है ?

(A) मेलचिम्प

(B) गूगल एनालिटिक्स

(C) कैनवा

(D) हूटसूट

17. डिजिटल इकोसिस्टम क्या है ?

(A) प्रौद्योगिकी से सम्बन्धित एक प्राकृतिक इकोसिस्टम

(B) परस्पर जुड़े डिजिटल संस्थाओं का नेटवर्क

(C) डिजिटल विकास का अध्ययन करने का एक ढांचा

(D) एक डेटाबेस प्रबंधन प्रणाली

18. डिजिटल इकोसिस्टम की मुख्य विशेषता क्या है ?

(A) विकेन्द्रीकरण

(B) पदानुक्रम संरचना

(C) भौतिक बातचीत

(D) सीमित विस्तारशीलता

19. In the context of digital ecosystems, what does IoT stand for :

(A) Internet of Things

(B) Input of Technology

(C) Integration of Tools

(D) Internet Operating Technology

20. Which of the following is/are the key component(s) of a sustainable digital ecosystem ?

(A) High environmental impact

(B) Scalability and adaptability

(C) Dependence on outdated technology

(D) Lack of regulatory compliance

21. What is content marketing ?

(A) A form of paid advertising

(B) Creating and sharing valuable content to attract and engage a target audience

(C) Posting irrelevant content on social media

(D) Buying customer data for promotional purposes

19. डिजिटल इकोसिस्टम के संदर्भ में IoT का क्या मतलब है ?

(A) इंटरनेट ऑफ थिंग्स

(B) इनपुट ऑफ टेक्नोलॉजी

(C) इंटीग्रेशन ऑफ टूल्स

(D) इंटरनेट ऑपरेटिंग टेक्नोलॉजी

20. सतत डिजिटल इकोसिस्टम के मुख्य घटक क्या है ?

(A) उच्च पर्यावरणीय प्रभाव

(B) विस्तारशीलता और अनुकूलनशीलता

(C) पुरानी तकनीक पर निर्भरता

(D) नियामक अनुपालन की कमी

21. कंटेंट मार्केटिंग क्या है ?

(A) एक प्रकार का भुगतान किया गया विज्ञापन

(B) लक्षित दर्शकों को आकर्षित और जोड़ने के लिए मूल्यवान सामग्री बनाना और साझा करना

(C) सोशल मीडिया पर अप्रासंगिक सामग्री पोस्ट करना

(D) प्रचार उद्देश्यों के लिए ग्राहक डेटा खरीदना

22. What type of content is commonly used in content marketing ?

(A) Infographics

(B) Blog posts

(C) Videos

(D) All of the above

23. Which of the following is/are a benefit of content marketing ?

(A) Increased website traffic

(B) Reduced brand visibility

(C) Decreased customer trust

(D) Higher bounce rates

24. What is the purpose of a Call-to-Action (CTA) in content marketing ?

(A) To distract the reader

(B) To encourage users to take a specific action, like subscribing or purchasing

(C) To generate irrelevant leads

(D) To reduce user engagement

25. Which metric is important for measuring the success of content marketing ?

(A) Page views

(B) Engagement rate (likes, shares, comments)

(C) Conversion rate

(D) All of the above

22. कंटेंट मार्केटिंग में आमतौर पर किस प्रकार की सामग्री उपयोग की जाती है ?

(A) इंफोग्राफिक्स

(B) ब्लॉग पोस्ट

(C) वीडियो

(D) उपरोक्त सभी

23. निम्नलिखित में से कंटेंट मार्केटिंग का कौन सा लाभ है ?

(A) वेबसाइट ट्रैफिक में वृद्धि

(B) ब्राण्ड की दृश्यता में कमी

(C) ग्राहक के विश्वास में कमी

(D) उच्च बाउंस दर

24. कंटेंट मार्केटिंग में कॉल–टू–एक्शन (CTA) का उद्देश्य क्या है ?

(A) पाठक का ध्यान भटकाना

(B) उपयोगकर्ताओं को विशिष्ट कार्रवाई करने के लिए प्रोत्साहित करना, जैसे सब्सक्राइब करना या खरीदारी करना

(C) अप्रासंगिक लीड उत्पन्न करना

(D) उपयोगकर्ता जुड़ाव को कम करना

25. कंटेंट मार्केटिंग की सफलता को मापने के लिए कौनसा मीट्रिक महत्वपूर्ण है ?

(A) पेज व्यूज

(B) एंगेजमेंट रेट (लाइक्स, शेयर, कमेंट्स)

(C) कन्वर्जन रेट

(D) उपरोक्त सभी

26. What is the primary goal of e-mail marketing ?

(A) To build a website

(B) To create a social media campaign

(C) To increase sales and conversions

(D) To conduct market research

27. Which of the following e-mail marketing metrics is most important ?

(A) Open rate

(B) Click-through rate (CTR)

(C) Conversion rate

(D) Bounce rate

28. Which of the following email marketing automation tool(s) can help personalize e-mails ?

(A) Autoresponder

(B) E-mail workflow

(C) Lead scoring

(D) All of the above

26. ई–मेल मार्केटिंग का प्राथमिक लक्ष्य क्या है ?

(A) वेबसाइट बनाना

(B) सोशल मीडिया अभियान तैयार करना

(C) बिक्री और रूपांतरण बढ़ाना

(D) बाजार अनुसंधान करना

27. ई–मेल मार्केटिंग में कौन सा मीट्रिक सबसे महत्वपूर्ण है ?

(A) ओपन रेट

(B) क्लिक–थ्रू रेट (CTR)

(C) कन्वर्जन रेट

(D) बाउंस रेट

28. निम्नलिखित में से कौन सा ई–मेल मार्केटिंग ऑटोमेशन टूल ई–मेल को पर्सनलाइज करने में मदद कर सकता है ?

(A) ऑटोरेस्पॉन्डर

(B) ई–मेल वर्कफ्लो

(C) लीड स्कोरिंग

(D) उपरोक्त सभी

29. The key element(s) of a successful e-mail marketing campaign is ....

(A) Relevant and personalized content

(B) A clear and compelling subject line

(C) A prominent call-to-action (CTA)

(D) All of the above

30. What is the main benefit of using e-mail marketing automation ?

(A) Increased e-mail open rates

(B) Improved e-mail click-through rates

(C) Enhanced customer experience and increased efficiency

(D) Reduced e-mail bounce rates

31. Which of the following is a best practice for e-mail marketing content ?

(A) Use a formal tone and avoid personalization

(B) Use a conversational tone and personalize the content

(C) Use a lot of images and avoid text

(D) Use a lot of text and avoid images

29. एक सफल ई–मेल मार्केटिंग अभियान के प्रमुख तत्व कौन से हैं ?

(A) प्रासंगिक और व्यक्तिगत सामग्री

(B) स्पष्ट और आकर्षक विषय पंक्ति

(C) प्रमुख कॉल–टू–एक्शन (CTA)

(D) उपरोक्त सभी

30. ई–मेल मार्केटिंग ऑटोमेशन का मुख्य लाभ क्या है ?

(A) ई–मेल ओपन रेट में वृद्धि

(B) ई–मेल क्लिक–थ्रू रेट में सुधार

(C) बेतर ग्राहक अनुभव और दक्षता में वृद्धि

(D) ई–मेल बाउंस रेट में कमी

31. ई–मेल मार्केटिंग सामग्री के लिए निम्नलिखित में से कौन सा सबसे अच्छा अभ्यास है ?

(A) औपचारिक भाषा का उपयोग करें और वैयक्तिकरण से बचें

(B) बातचीतपूर्व भाषा का उपयोग करें और सामग्री को व्यक्तिगत बनाएं

(C) बहुत सारी छवियों का उपयोग करें और टेक्स्ट से बचें

(D) बहुत सारे टेक्स्ट का उपयोग करें और छवियों से बचें

32. What is Google AdWords ?

(A) A social media platform

(B) A search engine optimization tool

(C) A pay-per-click advertising platform

(D) An email marketing tool

33. What is the purpose of a landing page in Google AdWords ?

(A) To provide additional information about a product

(B) To encourage visitors to take a specific action

(C) To showcase a company's products and services

(D) To provide customer support

34. What is the purpose of negative keywords in Google AdWords ?

(A) To increase the visibility of an ad

(B) To decrease the visibility of an ad

(C) To prevent an ad from showing for irrelevant searches

(D) To increase the cost of an ad

32. गूगल ऐडवर्ड्स क्या है ?

(A) एक सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म

(B) एक सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन टूल

(C) एक पे–पर–क्लिक विज्ञापन प्लेटफॉर्म

(D) एक ई–मेल मार्केटिंग टूल

33. गूगल ऐडवर्ड्स में एक लैंडिंग पेज का उद्देश्य क्या है ?

(A) किसी उत्पाद के बारे में अतिरिक्त जानकारी प्रदान करना

(B) आगंतुकों को विशिष्ट कार्रवाई करने के लिए प्रोत्साहित करना

(C) कम्पनी के उत्पादों और सेवाओं को प्रदर्शित करना

(D) ग्राहक सहायता प्रदान करना

34. गूगल ऐडवर्ड्स में नेगेटिव कीवर्ड्स का उद्देश्य क्या है ?

(A) विज्ञापन की दृश्यता बढ़ाना

(B) विज्ञापन की दृश्यता कम करना

(C) अप्रासंगिक खोजों के लिए विज्ञापन दिखने से रोकना

(D) विज्ञापन की लागत बढ़ाना

35. What is the purpose of bidding in Google AdWords ?

(A) To determine the position of an ad

(B) To determine the cost of an ad

(C) To determine the visibility of an ad

(D) To determine the relevance of an ad

36. Which of the following is/are an emerging trend in digital marketing ?

(A) Search Engine Optimization (SEO)

(B) Voice Search Optimization

(C) Cold calling

(D) Traditional newspaper ads

37. What is the primary focus of influencer marketing ?

(A) Partnering with celebrities to promote products

(B) Using social media personalities to engage target audiences

(C) Relying solely on organic content

(D) Ignoring customer engagement

35. गूगल ऐडवर्ड्स में बोली लगाने (बिडिंग) का उद्देश्य क्या है ?

(A) विज्ञापन की स्थिति निर्धारित करना

(B) विज्ञापन की लागत निर्धारित करना

(C) विज्ञापन की दृश्यता निर्धारित करना

(D) विज्ञापन की प्रासंगिकता निर्धारित करना

36. डिजिटल मार्केटिंग में उभरता हुआ ट्रेंड कौन सा है ?

(A) सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन (SEO)

(B) वॉयस सर्च ऑप्टिमाइजेशन

(C) कोल्ड कॉलिंग

(D) पारंपरिक अखबार विज्ञापन

37. इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग का प्राथमिक ध्यान किस पर होता है ?

(A) उत्पादों को बढ़ावा देने के लिए हस्तियों के साथ साझेदारी करना

(B) सोशल मीडिया व्यक्तित्वों का उपयोग करके लक्षित दर्शकों को जोड़ना

(C) केवल ऑर्गेनिक सामग्री पर निर्भर रहना

(D) ग्राहक जुड़ाव की अनदेखी करना

38. What is the role of chatbots in digital marketing ?

(A) Replacing human interaction entirely

(B) Providing automated and personalized customer service

(C) Reducing website traffic

(D) Delivering irrelevant content

39. What is the purpose of "Ephemeral Content" in marketing ?

(A) To create permanent posts

(B) To engage users with short-lived, time-sensitive content

(C) To replace evergreen content

(D) To avoid interaction with users

40. What is the primary goal of understanding digital consumer behaviour ?

(A) To reduce digital marketing efforts

(B) To create products or services tailored to their preferences

(C) To limit the use of social media platforms

(D) To focus only on offline consumers

38. डिजिटल मार्केटिंग में चैटबॉट्स की भूमिका क्या है ?

(A) मानव इंटरैक्शन को पूरी तरह से बदलना

(B) स्वचालित और व्यक्तिगत ग्राहक सेवा प्रदान करना

(C) वेबसाइट ट्रैफिक को कम करना

(D) अप्रासंगिक सामग्री वितरित करना

39. मार्केटिंग में "Ephemeral Content" का उद्देश्य क्या है ?

(A) स्थायी पोस्ट बनाना

(B) उपयोगकर्ताओं को अल्पकालिक, समय-संवदेनशील सामग्री से जोड़ना

(C) एवरग्रीन कंटेंट को बदलना

(D) उपयोगकर्ताओं के साथ बातचीत से बचना

40. डिजिटल उपभोक्ता व्यवहार को समझने का प्राथमिक उद्देश्य क्या है ?

(A) डिजिटल मार्केटिंग प्रयासों को कम करना

(B) उनकी प्राथमिकताओं के अनुरूप उत्पादों या सेवाओं का निर्माण करना

(C) केवल सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के उपयोग को सीमित करना

(D) केवल ऑफलाइन उपभोक्ताओं पर ध्यान केंद्रित करना

Rough Work/रफ कार्य

Rough Work/रफ कार्य