A-1169

DMM-101

Introduction to Digital Marketing

(डिजिटल मार्केटिंग का परिचय)

1st Semester Examination, 2025 (June)

Time: 2 Hours Max Mark: 40

Roll No. (In figures):---
अनुक्रमांक अंकों में

Roll No. (in words) :---
अनुक्रमांक शब्दों में

Examination Centre: ---
परीक्षा केन्द्र

Invigilator's Signature

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 / महत्वपूर्ण निर्देश

1. This paper consists of 40 multiple choice questions (M.C.Q.). All questions are Compulsory and carry 01 mark each. There is no negative marking.
   इस प्रश्न पत्र में 40 बहुविकल्पीय प्रश्न हैं। सभी प्रश्न अनिवार्य हैं व प्रत्येक प्रश्न 01 अंक का है। गलत उत्तर के लिए अंक नहीं काटे जायेंगे।
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.
   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 उत्तर ओ.एम.आर पर अंकित करना है।
3. For marking answers on OMR sheet, follow the detailed instructions given on the OMR Sheet.
   ओ0एम0आर0 प्रपत्र पर अपने सही उत्तर को चिन्हित करने के लिए प्रपत्र पर अंकित निर्देशों का पालन कीजिए।
4. Use only Blue or Black ball point pen for marking on OMR.
   ओ0एम0आर0 पर चिन्ह लगाने के लिए केवल नीली या काली बॉल प्वॉइन्ट पैन का ही इस्तेमाल कीजिए।

P.T.O.

1. Which of the following is NOT a fundamental principle of web design?

A. Accessibility.

B. Consistency.

C. Usability.

D. Complexity.

निम्नलिखित में से कौन सा वेब डिज़ाइन के मौलिक सिद्धांतों में से नहीं है?

A. पहुंच

B. संरूपता

C. उपयोगिता

D. जटिलता

2. Which of the following is NOT a commonly used method for collecting user feedback?

A. Online surveys.

B. Focus groups.

C. Telepathy.

D. Usability testing.

निम्नलिखित में से कौन सा उपयोगकर्ता प्रतिक्रिया को एकत्र करने के लिए आमतौर पर प्रयुक्त विधि नहीं है?

A. ऑनलाइन सर्वेक्षण

B. फोकस समूह

C. टैलीपैथी

D. उपयोगिता परीक्षण

3. Which of the following is NOT a common metric for measuring website usability?

A. Conversion rate.

B. Bounce rate.

C. Time spent on the website

D. Number of colors used in the design.

निम्नलिखित में से कौन सा वेबसाइट उपयोगिता को मापने के लिए एक सामान्य पैमाना नहीं है?

A. परिवर्तन दर

B. बाउंस दर

C. वेबसाइट पर बिताया गया समय

D. डिज़ाइन में उपयोग किए गए रंगों की संख्या

4. What is the purpose of a Content Management System?

A. To manage digital content efficiently.

B. To design websites with attractive layouts.

C. To enhance server security.

D. To provide customer support services.

सामग्री प्रबंधन सिस्टम का उद्देश्य क्या है?

A. डिजिटल सामग्री को प्रभावी रूप से प्रबंधित करना

B. आकर्षक लेआउट के साथ वेबसाइटों का डिज़ाइन करना

C. सर्वर सुरक्षा को बढ़ावा देना

D. ग्राहक सहायता सेवाएं प्रदान करना

5. Which programming language is commonly used to develop CMS plugins and extensions?

A. Java

B. PHP

C. C++

D. Ruby

P.T.O.

सीएमएस प्लगइन और एक्सटेंशन तैयार करने के लिए सामान्य रूप से कौन सी प्रोग्रामिंग भाषा उपयोग की जाती है?

A. Java

B. PHP

C. C++

D. Ruby

6. Which of the following is a key feature of a good CMS?

A. Complex user interface.

B. Limited customization options.

C. Scalability.

D. Dependency on external plugins.

निम्नलिखित में से कौन–सा एक अच्छे सीएमएस की मुख्य विशेषता है?

A. जटिल उपयोगकर्ता इंटरफ़ेस

B. सीमित अनुकूलन विकल्प

C. मापनीयता

D. बाहरी प्लगइन्स पर आधारित होना

7. What is the primary goal of SEO?

A. To increase website speed.

B. To rank higher in search engine results.

C. To design websites.

D. To create social media posts.

एसईओ का प्राथमिक लक्ष्य क्या है?

A. वेबसाइट की गति बढ़ाना

B. सर्च इंजन परिणामों में उच्च रैंक प्राप्त करना

C. वेबसाइट डिज़ाइन करना

D. सोशल मीडिया पोस्ट बनाना

8. Which tool is used to measure the success of digital marketing campaigns?

A. Analytics dashboards

B. Television ratings.

C. Newspaper circulation.

D. Billboard impressions

डिजिटल मार्केटिंग अभियानों की सफलता को मापने के लिए किस टूल का उपयोग किया जाता है?

A. एनालिटिक्स डैशबोर्ड

B. टेलीविज़न रेटिंग

C. समाचार पत्र संचलन

D. बिलबोर्ड इंप्रेशन

9. Which of the following is NOT a benefit of digital publicity for businesses?

A. Wider reach.

B. Cost-effectiveness.

C. Limited audience targeting.

D. Real-time analytics.

निम्न में से व्यवसायों के लिए डिजिटल प्रचार का कौन सा लाभ नहीं है?

A. बड़े क्षेत्र तक पहुँच

B. कॉस्ट इफेक्टिवनैस

C. सीमित दर्शक निर्देशन

D. वास्तविक समय विश्लेषण

10. What does PPC stand for in context to digital marketing?

A. Pay Per Click.

B. Pay Per Customer.

C. Pay Per Conversion.

D. Pay Per Campaign.

P.T.O.

डिजिटल मार्केटिंग के सन्दर्भ में पीपीसी का क्या अर्थ है?

A. प्रति क्लिक भुगतान

B. प्रति ग्राहक भुगतान

C. प्रति रूपांतरण भुगतान

D. प्रति अभियान भुगतान

11. What is the primary purpose of an e-Repository?

A. To store physical documents.

B. To provide access to electronic resources.

C. To manage financial transactions.

D. To organize office supplies.

ई–रेपोज़िटरी का प्राथमिक उद्देश्य क्या है?

A. भौतिक दस्तावेजों को स्टोर करना

B. इलेक्ट्रॉनिक संसाधनों तक पहुँच प्रदान करना

C. वित्तीय लेन–देन का प्रबंधन करना

D. कार्यालय आपूर्तियों को संगठित करना

12. Which type of e-Repository allows users to deposit, access, and manage their research outputs?

A. Institutional Repository

B. Government Repository

C. Private Repository

D. Personal Repository

निम्नलिखित में से कौन सा ई–रेपोज़िटरी प्रयोक्ताओं को उनके अनुसंधान उत्पादों का जमा, पहुँच, और प्रबंधन करने की अनुमति देता है?

A. संस्थागत रेपोजिटरी

B. सरकारी रेपोजिटरी

C. निजी रेपोजिटरी

D. व्यक्तिगत रेपोजिटरी

13. What is the role of metadata in e-Repositories?

A. To encrypt data for security purposes

B. To organize and describe digital resources

C. To restrict access to authorized users only

D. To generate automatic citations

ई–संग्रहों में मेटाडेटा की क्या भूमिका है?

A. सुरक्षा उद्देश्यों के लिए डेटा एन्क्रिप्ट करना

B. डिजिटल संसाधनों को संगठित और वर्णित करना

C. केवल अधिकृत उपयोगकर्ताओं के लिए पहुँच को प्रतिबंधित करना

D. स्वचालित संदर्भ उद्धरण उत्पन्न करना

14. Which of the following is an example of an e-resource for academic research?

A. Social media posts

B. Wikipedia articles

C. Peer-reviewed journals

D. Online shopping websites

निम्नलिखित में से कौन सा एक ई–संसाधन अकादमिक अनुसंधान के लिए है?

A. सोशल मीडिया पोस्ट

B. विकिपीडिया लेख

C. पियर रिव्यू जर्नल्स

D. ऑनलाइन खरीददारी वेबसाइटें

15. Which type of SEO focuses on optimizing your website with the help of backlinks?

A. On-page SEO

B. Off-page SEO

C. Technical SEO

D. Content SEO

P.T.O.

किस प्रकार का SEO बैकलिंक्स की मदद से आपकी वेबसाइट को ऑप्टिमाइज़ करने पर केंद्रित है?

A. ऑन–पेज एसईओ

B. ऑफ–पेज एसईओ

C. तकनीकी एसईओ

D. कंटेंट एसईओ

16. Which initiative under the Digital India Programme aims to provide digital literacy to rural citizens?

A. Digital Locker

B. e-hospital

C. Digital Saksharta Abhiyan

D. Bharat Net

डिजिटल इंडिया कार्यक्रम के तहत किस पहल का उद्देश्य ग्रामीण नागरिकों को डिजिटल साक्षरता प्रदान करना है?

A. डिजिटल लॉकर

B. ई–हॉस्पिटल

C. डिजिटल साक्षरता अभियान

D. भारत नेट

17. Which of the following initiatives aims to transform India into a digitally empowered society and knowledge economy?

A. E-Kranti

B. Digital Village

C. Digital India Land Records Modernization Programme

D. Digital Saksharta Abhiyan

निम्नलिखित में से कौनसा पहल भारत को एक डिजिटल सशक्त समाज और ज्ञान अर्थव्यवस्था में परिवर्तित करने का उद्देश्य रखता है?

A. ई–क्रांति

B. डिजिटल गाँव

C. डिजिटल इंडिया भू रिकॉर्ड मॉडर्नाइजेशन प्रोग्राम

D. डिजिटल साक्षरता अभियान

18. Which initiative under the Digital India Programme focuses on providing healthcare services through telemedicine?

A. e-Hospital

B. Digital Saksharta Abhiyan

C. Bharat Net

D. Digital Village

डिजिटल इंडिया कार्यक्रम के तत्त्वाधान में किस पहल के तहत टेलीमेडिसिन के माध्यम से स्वास्थ्य सेवाएं प्रदान करने पर जोर दिया जा रहा है?

A. ई–हॉस्पिटल

B. डिजिटल साक्षरता अभियान

C. भारत नेट

D. डिजिटल गाँव

19. Which initiative aims to bring transparency and efficiency in government processes through digitalization?

A. Digital Saksharta Abhiyan

B. e-Kranti

C. Digital Village

D. Digital India Land Records Modernization Programme

P.T.O.

डिजिटाइजेशन के माध्यम से सरकारी प्रक्रियाओं में पारदर्शिता और कुशलता को बढ़ावा देने वाली पहल कौन सी है?

A. डिजिटल साक्षरता अभियान

B. ई–क्रांति

C. डिजिटल गाँव

D. डिजिटल इंडिया भू रिकॉर्ड मॉडर्नाइजेशन प्रोग्राम

20. In digital marketing, what does “CTR” stand for?

A. Click-through rate

B. Click-to-read

C. Conversion-to-read

D. Content-to-read

डिजिटल मार्केटिंग में, ”सीटीआर“ का क्या अर्थ है?

A. क्लिक–थ्रू रेट

B. क्लिक–टू–रीड

C. कन्वर्जन–टू–रीड

D. कंटेंट–टू–रीड

21. Which of the following is a benefit of digital marketing over traditonal marketing?

A. Higher Cost

B. Lower reach

C. Measurable results

D. None of the above

निम्नलिखित में से पारंपरिक मार्केटिंग की तुलना में डिजिटल मार्केटिंग का कौन सा लाभ है?

A. अधिक लागत

B. कम पहुंच

C. मापने योग्य परिणाम

D. उपरोक्त में से कोई नहीं

22. In recent years, digital marketing has also become more reliant on ....

A. Email marketing

B. Affiliate marketing

C. Both A and B

D. None of the above

हाल के वर्षों में, डिजिटल मार्केटिंग भी .... अधिक निर्भर हो गई है।

A. ई–मेल मार्केटिंग

B. समबद्ध मार्केटिंग

C. A और B दोनों

D. उपरोक्त में से कोई नहीं

23. Which social media platform is known for its professional networking capabilities?

A. Facebook

B. LinkedIn

C. Instagram

D. Twitter

कौन सा सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म अपनी पेशेवर नेटवर्किंग क्षमताओं के लिए जाना जाता है?

A. फेसबुक

B. लिंक्डइन

C. इंस्टाग्राम

D. ट्विटर

24. Which type of SEO focuses on optimizing the content on the page?

A. On-page SEO

B. Off-page SEO

C. Technical SEO

D. None of the above

P.T.O.

किस प्रकार का एसईओ, पेज पर सामग्री को अनुकूलित करने पर केंद्रित है?
A. ऑन–पेज एसईओ
B. ऑफ–पेज एसईओ
C. तकनीकी एसईओ
D. उपर्युक्त में से कोई नहीं

25. What is a key feature of inbound marketing?
A. Interruptive advertising
B. Attracting customers through content
C. Cold calling
D. Door-to-door sales

इनबाउंड मार्केटिंग की मुख्य विशेषता क्या है?
A. व्यवधानकारी विज्ञापन
B. सामग्री के माध्यम से ग्राहकों को आकर्षित करना
C. कोल्ड कॉलिंग
D. डोर–टू–डोर बिक्री

26. What is the bounce rate in digital marketing?
A. The rate at which emails are delivered
B. The percentage of visitors who leave a site after viewing only one page
C. The rate at which ads are clicked
D. The rate at which new users are acquired

डिजिटल मार्केटिंग में बाउंस दर क्या है?
A. जिस दर पर ईमेल डिलीवर किए जाते हैं
B. केवल एक पेज देखने के बाद साइट छोडने वाले विज़िटर का प्रतिशत
C. जिस दर पर विज्ञापनों पर क्लिक किया जाता है
D. जिस दर पर नए उपयोगकर्ता प्राप्त होते हैं

27. Which of the following is a method of off-page SEO?
A. Internal linking
B. Content creation
C. Backlink building
D. Keyword optimization

निम्नलिखित में से कौन सी विधि ऑफ–पेज एसईओ की है?
A. आंतरिक लिंकिंग
B. सामग्री निर्माण
C. बैकलिंक बिल्डिंग
D. कीवर्ड ऑप्टिमाइज़ेशन

28. What does content marketing primarily focus on?
A. Creating and promoting content to generate traffic and leads
B. Designing websites
C. Developing mobile apps
D. Traditional advertising

कंटेंट मार्केटिंग मुख्य रूप से किस पर केंद्रित है?

A. ट्रैफ़िक और लीड उत्पन्न करने के लिए कंटेंट बनाना और उसका प्रचार करना
B. वेबसाइट डिज़ाइन करना
C. मोबाइल ऐप विकसित करना
D. पारंपरिक विज्ञापन

29. What is a common tool used for keyword research in digital marketing?

A. Photoshop
B. Google Keyword Planner
C. Microsoft Word
D. LinkedIn

डिजिटल मार्केटिंग में कीवर्ड रिसर्च के लिए इस्तेमाल किया जाने वाला एक आम टूल क्या है?

A. फोटोशॉप
B. गूगल कीवर्ड प्लानर
C. माइक्रोसॉफ्ट वर्ड
D. लिंक्डइन

30. Which social media platform introduced the concept of "Stories," a feature where posts disappear after 24 hours?

A. Facebook
B. WhatsApp
C. Snapchat
D. TikTok

कौन सा सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म "स्टोरीज़" की अवधारणा लेकर आया, जिसमें पोस्ट 24 घंटे के बाद गायब हो जाते हैं?

A. फेसबुक
B. व्हाट्सएप
C. स्नैपचैट
D. टिकटॉक

31. What does ROI stand for in digital marketing?

A. Rate of Interest
B. Return on Investment
C. Return on Internet
D. Rate of Increase

मार्केटिंग में आरओआई का क्या अर्थ है?

A. ब्याज दर
B. निवेश पर रिटर्न
C. इंटरनेट पर रिटर्न
D. वृद्धि की दर

P.T.O.

32. Which of the following is a primary advantage of digital marketing automation?
- A. Increased manual work
- B. Inconsistent results
- C. Streamlined marketing processes
- D. Higher costs

निम्नलिखित में से डिजिटल मार्केटिंग ऑटोमेशन का प्राथमिक लाभ कौन सा है?
- A. मैनुअल कार्य में वृद्धि
- B. असंगत परिणाम
- C. सुव्यवस्थित मार्केटिंग प्रक्रियाएँ
- D. उच्च लागत

33. Which aspect of digital marketing helps in understanding customer behaviour on websites?
- A. SEO
- B. Content marketing
- C. Web analytics
- D. Email marketing

डिजिटल मार्केटिंग का कौन सा पहलू वेबसाइटों पर ग्राहक व्यवहार को समझने में मदद करता है?
- A. एसईओ
- B. कंटेंट मार्केटिंग
- C. वेब एनालिटिक्स
- D. ई–मेल मार्केटिंग

34. Which of the following is an example of traditional marketing?
- A. Email marketing
- B. Print advertisements
- C. Social media campaigns
- D. PPC advertising

निम्नलिखित में से कौन पारंपरिक विपणन (मार्केटिंग) का उदाहरण है?
- A. ईमेल मार्केटिंग
- B. प्रिंट विज्ञापन
- C. सोशल मीडिया अभियान
- D. पीपीसी विज्ञापन

35. What is a type of marketing that leverages User-Generated Content (UGC) to promote brands and products?
- A. Influencer marketing
- B. Content marketing
- C. User-generated content marketing
- D. Social media advertising

मार्केटिंग का वह कौन सा प्रकार है जो ब्रांड और उत्पादों को बढ़ावा दने के लिए उपयोगकर्ता–जनित सामग्री (यूजीसी) का लाभ उठाता है?

A. प्रभावशाली मार्केटिंग
B. कंटेंट मार्केटिंग
C. उपयोगकर्ता–जनित कंटेंट मार्केटिंग
D. सोशल मीडिया विज्ञापन

36. What is a metric that measures the percentage of visitors to a website who take a desired action, such as making a purchase or signing up for a newsletter?

A. Conversion rate
B. Click-through rate (CTR)
C. Bounce rate
D. Impression share

वह कौन सी मीट्रिक है जो किसी वेबसाइट पर आने वाले विज़िटर के प्रतिशत को मापता है, और कोई वांछित कार्रवाई करते हैं, जैसे कि खरीदारी करना या न्यूज़लेटर के लिए साइन अप करना?

A. रूपांतरण दर
B. क्लिक–थ्रू दर (सीटीआर)
C. बाउंस दर
D. इंप्रेशन शेयर

37. What is the process of optimizing a website to improve its ranking in Search Engine Results Pages (SERPs)?

A. Content marketing
B. Social media marketing
C. Pay-per-click advertising
D. Search engine optimization

सर्च इंजन रिजल्ट पेज (SERPs) में अपनी रैकिंग सुधारने के लिए किसी वेबसाइट को ऑप्टिमाइज़ करने की प्रक्रिया क्या है?

A. कंटेंट मार्केटिंग
B. सोशल मीडिया मार्केटिंग
C. पे–पर–क्लिक विज्ञापन
D. सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन

38. What marketing tactic uses influencers on social media to promote brands and products?

A. Content marketing
B. Influencer marketing
C. Social media listening
D. Email marketing

P.T.O.

ब्रांड और उत्पादों को बढ़ावा देने के लिए सोशल मीडिया पर प्रभावशाली लोगों का उपयोग किस मार्केटिंग रणनीति में किया जाता है?

A. कंटेंट मार्केटिंग
B. प्रभावशाली मार्केटिंग
C. सोशल मीडिया सुनना
D. ईमेल मार्केटिंग

39. Which marketing strategy focuses on delivering personalized content and experiences to individual customers across all touchpoints?

A. Content marketing
B. Contextual marketing
C. Email marketing
D. Search engine marketing

कौन सी मार्केटिंग रणनीति सभी टचपॉइंट पर ग्राहकों को व्यक्तिगत सामग्री और अनुभव प्रदान करने पर केंद्रित है?

A. कंटेंट मार्केटिंग
B. प्रासंगिक मार्केटिंग
C. ई–मेल मार्केटिंग
D. सर्च इंजन मार्केटिंग

40. What is the proess of using data and analytics to understand customer behaviour and optimize marketing campaigns?

A. Social media listening
B. Customer relationship management (CRM)
C. Programmatic advertising
D. Search engine optimization

ग्राहक व्यवहार को समझने और मार्केटिंग अभियानों को अनुकूलित करने के लिए डेटा और एनालिटिक्स का उपयोग करने की क्या प्रक्रिया है?

A. सोशल मीडिया सुनना
B. ग्राहक संबंध प्रबंधन (CRM)
C. प्रोग्रामेटिक विज्ञापन
D. सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन

****