

302889



इस प्रश्न-पुस्तिका को तब तक न खोलें जब तक
कहा न जाए। Do not open this Question
Booklet until you are asked to do so.

Paper Code : 65

Sub : Applied Arts-I

समय : 03 घण्टे + 10 मिनट अतिरिक्त*

Paper-I

अधिकतम अंक : 75

Time : 03 Hours + 10 Minutes Extra*

Maximum Marks : 75

प्रश्न-पुस्तिका के पैरा की सील/पॉलीथीन बैग को खोलने पर प्रश्न-पत्र हल करने से पूर्व परीक्षार्थी यह सुनिश्चित कर लें कि :

- प्रश्न-पुस्तिका संख्या तथा ओ.एम.आर. उत्तर-पत्रक पर अंकित बारकोड संख्या समान है।
- प्रश्न-पुस्तिका एवं ओ.एम.आर. उत्तर-पत्रक के सभी पृष्ठ व सभी प्रश्न सही मुद्रित हैं। समस्त प्रश्न, जैसा कि ऊपर वर्णित है, उपलब्ध हैं तथा कोई भी पृष्ठ कम नहीं है/ मुद्रण त्रुटि नहीं है। किसी भी प्रकार की विरंगनी या टोपेपूर्वा होने पर परीक्षार्थी वीक्षक से दूसरा प्रश्न-पत्र प्राप्त कर लें। यह सुनिश्चित करने की जिम्मेदारी अभ्यर्थी की होगी। परीक्षा प्रांगण होने के 5 मिनट पश्चात ऐसे किसी छात्र/अभ्यर्थी पर कोई विचार नहीं किया जायेगा।

On opening the paper seal/polythene bag of the Question Booklet before attempting the question paper, the candidate should ensure that :

- Question Booklet Number and Barcode Number of OMR Answer Sheet are same.
- All pages & Questions of Question Booklet and OMR Answer Sheet are properly printed. All questions as mentioned above are available and no page is missing/misprinted.

If there is any discrepancy/defect, candidate must obtain another Question Booklet from Invigilator. Candidate himself shall be responsible for ensuring this. No claim/objection in this regard will be entertained after five minutes of start of examination.

परीक्षार्थियों के लिए निर्देश

1. प्रत्येक प्रश्न के लिये एक विकल्प भरना अनिवार्य है।
2. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।
3. प्रत्येक प्रश्न का मात्र एक ही उत्तर दीजिए। एक से अधिक उत्तर देने की दशा में प्रश्न के उत्तर को गलत माना जाएगा।
4. OMR उत्तर-पत्रक इस प्रश्न-पुस्तिका के अन्दर रखा है। जब आपको प्रश्न-पुस्तिका खोलने को कहा जाए, तो उत्तर-पत्रक निकाल कर ध्यान से केवल नीचे बताए परीक्षित पैरा से विवरण भरें।
5. कृपया अपना रोल नम्बर ओ.एम.आर. उत्तर-पत्रक पर सावधानीपूर्वक सही भरें। गलत रोल नम्बर भरने पर परीक्षार्थी स्वयं उत्तरदायी होगा।
6. प्रत्येक गलत उत्तर के लिए प्रश्न अंक का 1/3 भाग काटा जायेगा। यद्यपि उत्तर से तात्पर्य अशुद्ध उत्तर अथवा किसी भी प्रश्न के एक से अधिक उत्तर से है।
7. प्रत्येक प्रश्न के पाँच विकल्प दिये गये हैं, जिन्हें क्रमशः 1, 2, 3, 4, 5 अंकित किया गया है। अभ्यर्थी को सही उत्तर निर्दिष्ट करते हुए उनमें से केवल एक गोले (बबल) को उत्तर-पत्रक पर नीचे बताए परीक्षित पैरा से गहरा करना है।
8. यदि आप प्रश्न का उत्तर नहीं देना चाहते हैं तो उत्तर-पत्रक में पाँचवें (5) विकल्प को गहरा करें। यदि पाँच में से कोई भी गोला गहरा नहीं किया जाता है, तो ऐसे प्रश्न के लिये प्रश्न अंक का 1/3 भाग काटा जायेगा।
- 9.* प्रश्न-पत्र हल करने के उपरान्त अभ्यर्थी अनिवार्य रूप से ओ.एम.आर. उत्तर-पत्रक जाँच लें कि समस्त प्रश्नों के लिये एक विकल्प (गोला) भर दिया गया है। इसके लिये ही निर्धारित समय से 10 मिनट का अतिरिक्त समय दिया गया है।
10. यदि अभ्यर्थी 10% से अधिक प्रश्नों में पाँच विकल्पों में से कोई भी विकल्प अंकित नहीं करता है, तो उसको अपेक्षित माना जायेगा।
11. यदि किसी प्रश्न में किसी प्रकार की कोई मुद्रण या टाइपिंग प्रकृत की त्रुटि हो तो प्रश्न के हिन्दी तथा अंग्रेजी रूपान्तरों में से अंग्रेजी रूपान्तर मान्य होगा।
12. मोबाइल फोन अथवा अन्य किसी इलेक्ट्रॉनिक यंत्र का परीक्षा हॉल में प्रयोग पूर्णतया वर्जित है। यदि किसी अभ्यर्थी के पास ऐसी कोई वर्जित सामग्री मिलती है तो उसके विरुद्ध आयोग द्वारा नियमानुसार कार्यवाही की जायेगी।

चेतवनी : अगर कोई अभ्यर्थी गलत करते पकड़ा जाता है या उसके पास से कोई अनधिकृत सामग्री पाई जाती है, तो उस अभ्यर्थी के विरुद्ध पुलिस में प्राथमिकी दर्ज करते हुए राजस्थान सार्वजनिक परीक्षा (भर्तियों में अनुचित साधनों की रोकथाम अध्याय) अधिनियम, 2022 तथा अन्य प्रभावी कानून एवं आयोग के नियमों-प्रावधानों के तहत कार्यवाही की जाएगी। साथ ही आयोग ऐसे अभ्यर्थी को भविष्य में होने वाली आयोग की समस्त परीक्षाओं से विरजित कर सकता है।

INSTRUCTIONS FOR CANDIDATES

1. It is mandatory to fill one option for each question.
2. All questions carry equal marks.
3. Only one answer is to be given for each question. If more than one answers are marked, it would be treated as wrong answer.
4. The OMR Answer Sheet is inside this Question Booklet. When you are directed to open the Question Booklet, take out the Answer Sheet and fill in the particulars carefully with Blue Ball Point Pen only.
5. Please correctly fill your Roll Number in OMR Answer Sheet. Candidate will himself be responsible for filling wrong Roll No.
6. 1/3 part of the mark(s) of each question will be deducted for each wrong answer. A wrong answer means an incorrect answer or more than one answers for any question.
7. Each question has five options marked as 1, 2, 3, 4, 5. You have to darken only one circle (bubble) indicating the correct answer on the Answer Sheet using BLUE BALL POINT PEN.
8. If you are not attempting a question then you have to darken the circle '5'. If none of the five circles is darkened, one third (1/3) part of the marks of question shall be deducted.
- 9.* After solving question paper, candidate must ascertain that he/she has darkened one of the circles (bubbles) for each of the questions. Extra time of 10 minutes beyond scheduled time, is provided for this.
10. A candidate who has not darkened any of the five circles in more than 10% questions, shall be disqualified.
11. If there is any sort of ambiguity/mistake either of printing or factual nature then out of Hindi and English Versions of the question, the English Version will be treated as standard.
12. Mobile Phone or any other electronic gadget in the examination hall is strictly prohibited. A candidate found with any of such objectionable material with him/her will be strictly dealt as per rules.

Warning : If a candidate is found copying or if any unauthorized material is found in his/her possession, F.I.R. would be lodged against him/her in the Police Station and he/she would liable to be prosecuted under Rajasthan Public Examination (Measures for Prevention of Unfair Means in Recruitment) Act, 2022 & any other laws applicable and Commission's Rules-Regulations. Commission may also debar him/her permanently from all future examinations.

उत्तर-पत्रक में दो प्रतिवर्त हैं - मूल प्रति और कार्बन प्रति। परीक्षा समाप्ति पर परीक्षा कक्ष छोड़ने से पूर्व परीक्षार्थी उत्तर-पत्रक की दोनों प्रतियाँ वीक्षक को सौंपे, परीक्षार्थी स्वयं कार्बन प्रति अलग नहीं करें। वीक्षक उत्तर-पत्रक की मूल प्रति को अपने पास जमा कर, कार्बन प्रति को मूल प्रति से कट लाइन से मोड़ कर सावधानीपूर्वक अलग कर परीक्षार्थी को सौंपे, जिसे परीक्षार्थी अपने साथ ले जायेगा। परीक्षार्थी को उत्तर-पत्रक की कार्बन प्रति ध्यान प्रक्रिया पूर्ण होने तक सुरक्षित रखनी होगी एवं आयोग द्वारा सौंपे जाने पर प्रस्तुत करनी होगी।

1. किसका कथन है "जब तक कि आपके प्रचार में एक बड़ा विचार शामिल नहीं है, यह रात्रि में जहाज की तरह गुजरेगा" ?

- (1) स्टीवन माथिया (2) डेविड ओगिल्वी
(3) बनेट (4) पीयूष पांडे
(5) अनुत्तरित प्रश्न

2. संपादन या टाइप सेटिंग के लिए टाइप किए गए (टाइपस्क्रिप्ट) या हाथ से लिखे गए मूल पाठ को कहा जाता है

- (1) पांडुलिपि (2) क्रोप उपकरण
(3) रंग प्रतिलिपि (4) लिनो प्रकार
(5) अनुत्तरित प्रश्न

3. विज्ञापन डिजाइन में एनीमेशन का उपयोग करने का प्राथमिक उद्देश्य क्या है ?

- (1) विज्ञापनों को स्थिर एवं अरुचिकर बनाना ।
(2) सभी विज्ञापनों में एक सुसंगत दृश्य शैली बनाना ।
(3) गति (मोशन) के माध्यम से दर्शकों का ध्यान आकर्षित करना और व्यस्त करना ।
(4) दृश्य तत्वों की आवश्यकता को समाप्त करना ।
(5) अनुत्तरित प्रश्न

4. यूनिवर्स टाइपफेस के डिजाइनर -

- (1) केशलोन (2) ग्रामोण्ड क्लॉड
(3) निकोलस जॉनसन (4) एड्रिगन फ्रूटिगर
(5) अनुत्तरित प्रश्न

5. फोटोग्राफी के संदर्भ में "नॉइज़" क्या है ?

- (1) आपकी तस्वीर पर दानेदार बनावट
(2) काम करने के लिए कम पिक्सेल
(3) ब्लैक एंड व्हाइट फोटो
(4) रंगीन तस्वीर
(5) अनुत्तरित प्रश्न

1. Whose statement is, "Unless yours campaign contained a big idea, it will pass like a ship in the night" ?

- (1) Steven Mathia
(2) David Ogilvy
(3) Burnett
(4) Piyush Pandey
(5) Question not attempted

2. Original text written by hand or typed (typescript) meant for editing or typesetting is called -

- (1) Manuscript (2) Crop tool
(3) Colour copy (4) Lino type
(5) Question not attempted

3. What is the primary purpose of using animation in advertising design ?

- (1) To make ads static and uninteresting.
(2) To create a consistent visual style across all ads.
(3) To engage and capture the viewer's attention through motion.
(4) To eliminate the need for visual elements.
(5) Question not attempted

4. Designer of the Universe Typeface -

- (1) Keshloan
(2) Gramond Claude
(3) Nicholas Johnson
(4) Adrigan Frutiger
(5) Question not attempted

5. What is "Noise" in terms of photography ?

- (1) Grainy texture on your photo
(2) Less pixels to work with
(3) Black and white photo
(4) Colour photo
(5) Question not attempted

6. "मैगजीन्स" का एक और नाम है _____ ।
 (1) न्यूज पेपर (2) थम्बनेल
 (3) यू आई डिजाइन्स (4) पीरियोडिकल्स
 (5) अनुत्तरित प्रश्न
7. एक प्रकार (टाइप) के स्ट्रोक के नुकीले सिरे को _____ कहा जाता है ।
 (1) स्क्रिप्ट (2) सेरिफ
 (3) सेन्स सेरिफ (4) इटैलिक्स
 (5) अनुत्तरित प्रश्न
8. b, d, t, l के ऊपरी भाग _____ के उदाहरण हैं ।
 (1) अवरोही (2) मध्य रेखा
 (3) आरोही (4) लोवर केस स्तर
 (5) अनुत्तरित प्रश्न
9. वह रेखा जिस पर छोटे अक्षर बैठते हैं और जिसके नीचे अवरोही (descenders) आते हैं :
 (1) प्वाइंट आकार (2) आधार रेखा
 (3) फ्यूचरा (4) आरोही
 (5) अनुत्तरित प्रश्न
10. विज्ञापन डिजाइन में टाइपोग्राफी का उपयोग करने का प्राथमिक उद्देश्य क्या है ?
 (1) देखने में आकर्षक लेआउट बनाना ।
 (2) विज्ञापनों में सभी दृश्य तत्वों को प्रतिस्थापित करना ।
 (3) विज्ञापनों को एकवर्णी बनाना ।
 (4) पाठ (टेक्स्ट) के माध्यम से संदेश पहुँचाना ।
 (5) अनुत्तरित प्रश्न
11. कोल्ड टाइप _____ मुद्रण प्रक्रिया से संबंधित है ।
 (1) ऑफसेट (2) लेटर प्रेस
 (3) फोटो टाइपर (4) डिजिटल
 (5) अनुत्तरित प्रश्न
6. Magazines are also called _____ .
 (1) Newspaper (2) Thumbnail
 (3) UI Designs (4) Periodicals
 (5) Question not attempted
7. Pointed ending of a stroke of a type is called as :
 (1) Script (2) Serif
 (3) Sans Serif (4) Italics
 (5) Question not attempted
8. The above portion of b, d, t, l are examples of _____ .
 (1) Descender
 (2) Mean line
 (3) Ascender
 (4) Lowercase strata
 (5) Question not attempted
9. The line on which the lowercase letters sit and below which the descenders fall is :
 (1) Point size (2) Base line
 (3) Futura (4) Ascender
 (5) Question not attempted
10. What is the primary purpose of using typography in advertising design ?
 (1) To create visually appealing layouts.
 (2) To replace all visual elements in ads.
 (3) To make ads monochromatic.
 (4) To convey messages through text.
 (5) Question not attempted
11. Cold type is associated with _____ printing process.
 (1) Offset (2) Letter press
 (3) Photo typer (4) Digital
 (5) Question not attempted

12. ½ इंच में कितने प्वाइंट्स हैं ?
 (1) 72 (2) 36
 (3) 32 (4) 12
 (5) अनुत्तरित प्रश्न
13. किस विजुअलाइजेशन तकनीक में आसान समझ के लिए डेटा को ग्राफिकल प्रारूप में प्रस्तुत करना शामिल है ?
 (1) इन्फोग्राफिक्स (2) स्टोरीबोर्डिंग
 (3) मूड बोर्डिंग (4) टाइपोग्राफी
 (5) अनुत्तरित प्रश्न
14. निम्न में से कौन सा फॉन्ट की रचना का हिस्सा नहीं है ?
 (1) कैप रेखा (2) बेस रेखा
 (3) मीडियन रेखा (4) मध्य रेखा
 (5) अनुत्तरित प्रश्न
15. निम्न में से कौन सा टाइपोग्राफी का प्रकार नहीं है ?
 (1) सेरिफ (2) स्लाइड
 (3) सेन्स सेरिफ (4) स्क्रिप्ट
 (5) अनुत्तरित प्रश्न
16. एक लंबा वाणिज्यिक (विज्ञापन) जो कार्यक्रम जैसे प्रारूप में जानकारी के साथ मनोरंजन को मिलाता है, _____ के रूप में जाना जाता है।
 (1) एडवर्टोरियल (2) इन्फोमेरिकल
 (3) स्पेस फीचर (4) वर्गीकृत
 (5) अनुत्तरित प्रश्न
17. क्रिएटिव विज्ञापन अधिक ध्यान आकर्षित करते हैं -
 (1) विज्ञापित ब्रांड पर
 (2) प्रसंस्करण के गहरे स्तर पर
 (3) रिकॉल के उच्च स्तर पर
 (4) यह सभी
 (5) अनुत्तरित प्रश्न

12. How many points in ½ inch ?
 (1) 72 (2) 36
 (3) 32 (4) 12
 (5) Question not attempted
13. Which visualization technique involves presenting data in a graphical format for easy understanding ?
 (1) Infographics
 (2) Story boarding
 (3) Mood boarding
 (4) Typography
 (5) Question not attempted
14. Which of the following is not a part of a font's anatomy ?
 (1) Cap line (2) Base line
 (3) Median line (4) Mean line
 (5) Question not attempted
15. Which of the following is not a type of Typography ?
 (1) Serif (2) Slide
 (3) Sans serif (4) Script
 (5) Question not attempted
16. A longer commercial that mixes entertainment along with information in a program like format is known as :
 (1) Advertorial (2) Infomercial
 (3) Space feature (4) Classified
 (5) Question not attempted
17. Creative ads draw more attention to the -
 (1) Advertised brand
 (2) Deeper level of processing
 (3) Higher level of recall
 (4) All of these
 (5) Question not attempted

18. अस्थायी लेआउट जो चित्रण और टेक्स्ट की स्थिति दिखाता है जैसे वे अंतिम पुनरुत्पादन में दिखाई देंगे :
- (1) क्षेत्र (एक्सटेंट) (2) डिस्प्ले प्रकार
(3) डमी (4) कलर फॉल
(5) अनुत्तरित प्रश्न
19. प्रिंटिंग प्रेस को 1438 में किसके द्वारा विकसित किया गया था ?
- (1) रोसर रीव्स (2) लुई ले प्रिंस
(3) जोहान्स गुटेनबर्ग (4) मार्टिन लूथर
(5) अनुत्तरित प्रश्न
20. दो अक्षर रूपों के बीच अंतर को समायोजित करने की प्रक्रिया के रूप में जाना जाता है
- (1) ट्रैकिंग (2) जस्टीफाइड
(3) कर्निंग (4) ओरफन
(5) अनुत्तरित प्रश्न
21. एक विस्तार या क्षेत्र जिसमें पाठ (टेक्स्ट) प्रवाहित किया जाता है ताकि इसे एक संगठित तरीके से प्रस्तुत किया जा सके :
- (1) कैप्शन (2) कॉलम
(3) फोलियो (4) मार्जिन
(5) अनुत्तरित प्रश्न
22. अक्षरों के एक विशेष समूह की दृश्य विशेषताओं का समुच्चय है :
- (1) फॉन्ट (2) अक्षररूप
(3) टाइपफ़ेस (4) वाक्य रचना (सिटेक्स)
(5) अनुत्तरित प्रश्न
23. विज्ञापन जो छोटे प्रकारों में सेट किया गया है और श्रेणियों या रुचियों के अनुसार व्यवस्थित किया गया है :
- (1) डिस्प्ले विज्ञापन
(2) वर्गीकृत विज्ञापन
(3) प्रशंसापत्र विज्ञापन
(4) बैनर विज्ञापन
(5) अनुत्तरित प्रश्न
18. Provisional layout showing illustration and text position as they will appear in the final reproduction :
- (1) Extent (2) Display type
(3) Dummy (4) Colour fall
(5) Question not attempted
19. The printing press was developed in 1438 by :
- (1) Rosser Reeves
(2) Louis Le Prince
(3) Johannes Gutenberg
(4) Martin Luther
(5) Question not attempted
20. The process of adjusting the spacing between two letter-forms, is known as :
- (1) Tracking (2) Justified
(3) Kerning (4) Orphan
(5) Question not attempted
21. An area or field into which text is flowed so that it is presented in an organized manner is known as :
- (1) Captions (2) Columns
(3) Folio (4) Margin
(5) Question not attempted
22. The set of visual attributes of a particular group of letters is :
- (1) Font (2) Letterform
(3) Typeface (4) Syntax
(5) Question not attempted
23. Advertising that is set in smaller types and arranged according to the categories or interests :
- (1) Display ad
(2) Classified ad
(3) Testimonial ad
(4) Banner ad
(5) Question not attempted

24. जिन्होंने "माइंड मैपिंग" पद्धति का आविष्कार किया :
- (1) थॉमस एडीसन (2) टोनी बुज़ान
(3) बेथ टेलर (4) जोहान्स गुटेनबर्ग
(5) अनुत्तरित प्रश्न
25. निम्नलिखित में से कौन टाइपफेस श्रेणी है ?
- (1) सेरिफ (2) प्वाइंट आकार
(3) पहचान चिह्न (4) अंकीय
(5) अनुत्तरित प्रश्न
26. वह विषय जो एक लेआउट का प्रमुख पाठ्य तत्व बनाता है
- (1) प्रतीक चिह्न (लोगो) (2) बॉडी कॉपी
(3) चित्रण (4) स्पेस विभाजन
(5) अनुत्तरित प्रश्न
27. एक निश्चित समय सीमा में एक नए दृश्य समाधान के साथ आने की प्रक्रिया के रूप में जाना जाता है :
- (1) माइंड मैपिंग (2) स्प्रिंटिंग
(3) दृश्य अनुसंधान (4) अनुवाद
(5) अनुत्तरित प्रश्न
28. निम्न में से कौन सा मुद्रण माध्यम का हिस्सा है ?
- (1) समाचार-पत्र (2) कैटलॉग
(3) मैगज़ीन्स (4) यह सभी
(5) अनुत्तरित प्रश्न
29. एक पूर्व प्रारूपित फ़ाइल जो एक नए दस्तावेज़ के लिए एक प्रारंभिक प्वाइंट के रूप में कार्य करती है
- (1) मास्टर पेज (2) टेम्पलेट
(3) रेज़ोल्यूशन (4) स्प्रेडशीट
(5) अनुत्तरित प्रश्न
24. Who invented the "mind mapping" method ?
- (1) Thomas Edison
(2) Tony Buzan
(3) Beth Taylor
(4) Johannes Gutenberg
(5) Question not attempted
25. Which of the following is a typeface category ?
- (1) Serif (2) Point size
(3) Earmark (4) Numeral
(5) Question not attempted
26. The matter that forms the predominant textual element of a layout :
- (1) Logo
(2) Body copy
(3) Illustration
(4) Space division
(5) Question not attempted
27. The process of coming up with a new visual solution in a fixed time frame, is known as :
- (1) Mind mapping
(2) Sprinting
(3) Visual research
(4) Translation
(5) Question not attempted
28. Which of the following is a part of print media ?
- (1) Newspapers
(2) Catalogues
(3) Magazines
(4) All of these
(5) Question not attempted
29. A pre-formatted file that serves as a starting point for a new document :
- (1) Master page (2) Template
(3) Resolution (4) Spreadsheet
(5) Question not attempted

30. _____ किसी व्यक्ति, व्यवसाय, राय या विचार को बढ़ावा देने के लिए शब्दों और विचारों का उपयोग है।
- (1) रचनात्मकता (2) मीडिया
(3) विज्ञापन लेखन (4) टाइपोग्राफी
(5) अनुत्तरित प्रश्न
31. मैक्स मिडिंगर द्वारा 1957 में डिज़ाइन किया गया, यह सेन्स सेरिफ टाइपफेस है :
- (1) बोडोनी (2) बेम्बो
(3) बास्करविले (4) हेल्वेटिका
(5) अनुत्तरित प्रश्न
32. विपणन मिश्रण क्या है ?
- (1) विपणन अभियानों में प्रयुक्त मसालों का मिश्रण
(2) विपणन रणनीतियों का एक संयोजन
(3) विभिन्न विज्ञापन मीडिया को मिश्रित करने की प्रक्रिया
(4) उत्पादों को बढ़ावा देने के लिए उपयोग किए जाने वाले उपकरणों का एक सेट
(5) अनुत्तरित प्रश्न
33. विपणन में SWOT विश्लेषण का उद्देश्य क्या है ?
- (1) किसी उत्पाद या कंपनी से संबंधित शक्तियों, कमजोरियों, अवसरों और खतरों की पहचान करना।
(2) विज्ञापन अभियानों के लिए निवेश पर रिटर्न की गणना करना।
(3) प्रतिस्पर्धियों की विज्ञापन रणनीतियों का विश्लेषण करना।
(4) किसी उत्पाद की शेल्फ लाइफ निर्धारित करना।
(5) अनुत्तरित प्रश्न
34. निम्न में से कौन सा डिज़ाइनिंग का मूल सिद्धांत नहीं है ?
- (1) संरेखण (2) अनुक्रमण
(3) संतुलन (4) निकटता
(5) अनुत्तरित प्रश्न
30. _____ is the use of words and ideas to promote a person, business, opinion or idea.
- (1) Creativity (2) Media
(3) Copy-writing (4) Typography
(5) Question not attempted
31. Designed in 1957 by Max Miedinger, is a Sans Serif typeface :
- (1) Bodoni (2) Bembo
(3) Baskerville (4) Helvetica
(5) Question not attempted
32. What is the marketing mix ?
- (1) A blend of spices used in marketing campaigns.
(2) A combination of marketing strategies.
(3) The process of mixing different advertising media.
(4) A set of tools used to promote products.
(5) Question not attempted
33. What is the purpose of SWOT analysis in marketing ?
- (1) To identify strengths, weaknesses, opportunities and threats related to a product or company.
(2) To calculate the return on investment for advertising campaigns.
(3) To analyze competitors' advertising strategies.
(4) To determine the shelf life of a product.
(5) Question not attempted
34. Which of the following isn't a basic principle of designing ?
- (1) Alignment (2) Indexing
(3) Balance (4) Proximity
(5) Question not attempted

35. निम्नलिखित में से कौन सा विज्ञापन में वितरण चैनल का उदाहरण है ?

- (1) एक टेलीविज़न विज्ञापन
- (2) उत्पाद पैकेज का डिज़ाइन
- (3) एक सेलिब्रिटी समर्थन
- (4) विज्ञापन नारों का चयन
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

36. एफ एम सी जी (FMCG) की फुल फॉर्म बताइए ।

- (1) Fast Making Consumer Goods
- (2) Fast Moving Customer Goods
- (3) Fast Moving Consumer Goods
- (4) इनमें से कोई नहीं
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

37. विज्ञापन के "प्रतिधारण" चरण को _____ के रूप में भी संदर्भित किया जा सकता है ।

- (1) आउटडोर विज्ञापन
- (2) इनडोर विज्ञापन
- (3) अनुस्मारक विज्ञापन
- (4) व्यापार विज्ञापन
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

38. निम्न में से कौन सा विपणन का उदाहरण नहीं है ?

- (1) डाइरेक्ट विपणन
- (2) इवेंट प्रायोजन
- (3) जनसंपर्क
- (4) दृष्टिकोण निर्माण
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

39. निम्नलिखित में से कौन सा विज्ञापन योजना के तीन "एम" का घटक नहीं है ?

- (1) मैसेज (संदेश)
- (2) मोबिलाइज़ेशन (लामबंदी)
- (3) मीडिया
- (4) मनी (पैसा)
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

40. विपणन मिश्रण का स्थान तत्व कौन सा है ?

- (1) विपणन चैनल
- (2) वितरण चैनल
- (3) कीमत निर्णय
- (4) इनमें से कोई नहीं
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

35. Which of the following is an example of a distribution channel in advertising ?

- (1) A television ad
- (2) The design of a product package
- (3) A celebrity endorsement
- (4) The choice of advertising slogans
- (5) Question not attempted

36. Give the full form of FMCG.

- (1) Fast Making Consumer Goods
- (2) Fast Moving Customer Goods
- (3) Fast Moving Consumer Goods
- (4) None of these
- (5) Question not attempted

37. The "retentive" stage of advertising may also be referred to as :

- (1) Outdoor advertising
- (2) Indoor advertising
- (3) Reminder advertising
- (4) Trade advertising
- (5) Question not attempted

38. Which of the following is not an example of marketing ?

- (1) Direct marketing
- (2) Event sponsorship
- (3) Public relations
- (4) Attitude formation
- (5) Question not attempted

39. Which out of the following is not a component of the three "M's" of the advertising plan ?

- (1) Message
- (2) Mobilization
- (3) Media
- (4) Money
- (5) Question not attempted

40. Which one is the place for elements of the marketing mix ?

- (1) Marketing Channels
- (2) Distribution Channels
- (3) Price Decision
- (4) None of these
- (5) Question not attempted

41. रंग मुद्रण में यह रंगों के बीच अंतराल के निर्माण की भरपाई के लिए एक एडजेंट रंग क्षेत्र को दूसरे में लघु प्रसरण या संकुचित करने की विधि है :
- (1) पृष्ठ लेआउट (2) रफ़ लेआउट
(3) रेजोल्यूशन (4) ट्रैपिंग
(5) अनुत्तरित प्रश्न
42. यह कार्डबोर्ड माउंट को संदर्भित करता है जो एक चित्र और काँच के बीच बैठता है जब कोई एक छवि फ्रेम करता है :
- (1) ग्रिड (2) फोलियो
(3) पैसे पार्टआउट (4) ग्लौसरी
(5) अनुत्तरित प्रश्न
43. अनपढ़ उपभोक्ता के लिए कौन सा मीडिया उपयोगी है ?
- (1) पोस्टर विज्ञापन
(2) रेडियो विज्ञापन
(3) परिवहन विज्ञापन
(4) टेलीविजन विज्ञापन
(5) अनुत्तरित प्रश्न
44. उपभोक्ता के मन में कंपनी या उसके उत्पाद की अनुकूल पहचान और छवि बनाना एवं बनाए रखना क्या कहलाता है ?
- (1) प्रमोशन (2) वितरण
(3) ब्रांडिंग (4) परिवर्तनशीलता
(5) अनुत्तरित प्रश्न
45. एक कंपनी के व्यावसायिक उद्देश्यों की प्राप्ति को सुविधाजनक बनाने के लिए डिजाइन किए गए निगम के व्यक्तित्व को क्या कहा जाता है ?
- (1) पहचान पुस्तिका (2) ब्रांड का नाम
(3) कॉर्पोरेट पहचान (4) प्रतीक
(5) अनुत्तरित प्रश्न
41. In colour printing, it is the method of minute expanding or shrinking one adjacent colour area into another to compensate for the creation of gaps between colours :
- (1) Page layout (2) Rough layout
(3) Resolution (4) Trapping
(5) Question not attempted
42. It refers to the Cardboard Mount that sits between a picture and the glass when one frames an image :
- (1) Grid (2) Folio
(3) Passe partout (4) Glossary
(5) Question not attempted
43. Which media is useful for the illiterate consumer ?
- (1) Poster advertising
(2) Radio advertising
(3) Transport advertising
(4) Television advertising
(5) Question not attempted
44. Building and maintaining a favourable identity and image of the company or its product in the mind of the consumer is called :
- (1) Promotion (2) Distribution
(3) Branding (4) Variabling
(5) Question not attempted
45. The persona of a corporation, designed to facilitate the attainment of the business objectives of a company is termed as :
- (1) Identity manual
(2) Brand name
(3) Corporate identity
(4) Emblem
(5) Question not attempted

46. इनमें से कौन सा विपणन संचार प्रयास का हिस्सा है ?

- (1) मीडिया विज्ञापन (2) प्रत्यक्ष विपणन
(3) इंटरनेट विपणन (4) यह सभी
(5) अनुत्तरित प्रश्न

47. निम्नलिखित में से कौन सा एक बाहरी (आउटडोर) विज्ञापन है ?

- (1) रेडियो विज्ञापन
(2) पारगमन विज्ञापन
(3) पत्रिका विज्ञापन
(4) समाचार-पत्र विज्ञापन
(5) अनुत्तरित प्रश्न

48. कॉलम के बीच की जगह जो सामग्री को अलग करने में मदद करती है :

- (1) गेटफोल्ड (2) गटर
(3) अलाइनमेंट (4) कैप्शन
(5) अनुत्तरित प्रश्न

49. प्रत्येक विक्री-पत्र अनुसरण करता है जिसे "चार ए" कहा जा सकता है :

- अटेंशन, अपील, एप्लीकेशन और _____ ।
(1) ओडियन्स (2) एडवर्टाइजर
(3) एवेलीबिलिटी (4) एक्शन
(5) अनुत्तरित प्रश्न

50. एक पारभासी डिजाइन जो निर्माण प्रक्रिया के दौरान कागज पर प्रभावित होता है और कागज को प्रकाश में रखने पर दिखाई देता है :

- (1) अपारदर्शिता (2) जल-चिह्न
(3) लेखन कागज (4) डाई कटिंग
(5) अनुत्तरित प्रश्न

51. कुल बाजार कवरेज प्राप्त करने के लिए उत्पाद को हर संभावित आउटलेट (यहाँ तक कि वेंडिंग मशीन) में रखना कहा जाता है

- (1) चयनात्मक वितरण
(2) विशिष्ट वितरण
(3) गहन वितरण
(4) यह सभी
(5) अनुत्तरित प्रश्न

46. Which one is the part of Marketing communication efforts ?

- (1) Media advertising
(2) Direct marketing
(3) Internet marketing
(4) All of these
(5) Question not attempted

47. Which of the following is an outdoor advertising ?

- (1) Radio advertising
(2) Transit advertising
(3) Magazine advertising
(4) Newspaper advertising
(5) Question not attempted

48. The space between columns that helps separate content is :

- (1) Gatefold (2) Gutter
(3) Alignment (4) Caption
(5) Question not attempted

49. Each sales letter follows that can be called the "Four A's" : Attention, Appeal, Application and _____.

- (1) Audience (2) Advertiser
(3) Availability (4) Action
(5) Question not attempted

50. A translucent design impressed on paper during the manufacturing process and visible when the paper is held to light :

- (1) Opacity (2) Watermark
(3) Writing paper (4) Die cutting
(5) Question not attempted

51. Placing the product in every possible outlet (even vending machines) to attain total market coverage called -

- (1) Selective Distribution
(2) Exclusive Distribution
(3) Intensive Distribution
(4) All of these
(5) Question not attempted

52. निम्नलिखित में से कौन सी प्रमोशनल रणनीति है ?
- (1) पल्स प्रमोशनल रणनीति
 - (2) पीपल प्रमोशनल रणनीति
 - (3) पुश प्रमोशनल रणनीति
 - (4) प्रोटेक्टिव प्रमोशनल रणनीति
 - (5) अनुत्तरित प्रश्न
53. पहला भारतीय समाचार-पत्र कौन सा है ?
- (1) बंगाल गजट
 - (2) द हिन्दू
 - (3) दैनिक भास्कर
 - (4) हिंदुस्तान टाइम्स
 - (5) अनुत्तरित प्रश्न
54. निम्न में से कौन सा विकेन्द्रीकृत ब्रांड प्रबंधन प्रणाली का हिस्सा नहीं है ?
- (1) उत्पाद प्रबंधन
 - (2) उत्पादन इकाई
 - (3) ब्रांड प्रबंधक
 - (4) इन-हाउस लागत प्रौद्योगिकी
 - (5) अनुत्तरित प्रश्न
55. निम्न में से कौन सा युग्म ब्रांड की पहचान का हिस्सा हैं ?
- (1) नाम, लोगो एवं प्रतीक
 - (2) डिज़ाइन, पैकेजिंग व कीमत टैग
 - (3) नाम, डिज़ाइन एवं स्ट्रैंडाइज़ेशन आइकन
 - (4) लोगो, ट्रेडमार्क एवं उत्पाद टैग
 - (5) अनुत्तरित प्रश्न
56. दोनों तरफ मुद्रित एकल पत्रक विज्ञापन-पत्र :
- (1) ज्ञापन पत्रक
 - (2) फ्लायर
 - (3) लीफलेट
 - (4) कैटलॉग
 - (5) अनुत्तरित प्रश्न
52. Which of the following is a promotional strategy ?
- (1) Pulse promotional strategy
 - (2) People promotional strategy
 - (3) Push promotional strategy
 - (4) Protective promotional strategy
 - (5) Question not attempted
53. Which is the first Indian newspaper ?
- (1) Bengal Gazette
 - (2) The Hindu
 - (3) Dainik Bhaskar
 - (4) Hindustan Times
 - (5) Question not attempted
54. Which of the following is not a part of the Decentralized Brand Management System ?
- (1) Product Management
 - (2) Production Unit
 - (3) Brand Manager
 - (4) In-house cost technology
 - (5) Question not attempted
55. Which of the following combinations are a part of Brand identity ?
- (1) Name, logo and symbols
 - (2) Design, packaging and price tags
 - (3) Name, design and strandization icon
 - (4) Logo, trademark and product tag
 - (5) Question not attempted
56. Single sheet advertisement printed on both sides :
- (1) Memo sheet
 - (2) Flyer
 - (3) Leaflet
 - (4) Catalogue
 - (5) Question not attempted

57. किस P's को Face of Brand कहा जाता है ?

- (1) संवर्धन (2) कीमत
(3) पैकेजिंग (4) इनमें से कोई नहीं
(5) अनुत्तरित प्रश्न

58. कौन सा कवरेज उत्पाद के भौगोलिक वितरण को संदर्भित करता है ?

- (1) बाजार कवरेज (2) बाजार करण
(3) बाजार संतृप्ति (4) इनमें से कोई नहीं
(5) अनुत्तरित प्रश्न

59. निम्न में से कौन सा वितरण के अप्रत्यक्ष चैनल का उदाहरण है ?

- (1) अमेज़न
(2) टप्परवेयर
(3) फोलो-अप कॉल्स
(4) थोक विक्रेता
(5) अनुत्तरित प्रश्न

60. निम्न में से कौन सा प्रमोशनल मिश्रण का हिस्सा नहीं है ?

- (1) जनसंपर्क
(2) व्यक्तिगत बिक्री
(3) संवादमूलक विपणन
(4) बिक्री मूल्य निर्धारण प्रोत्साहन
(5) अनुत्तरित प्रश्न

61. उत्पाद को एक चैनल संरचना के माध्यम से वितरित किया जाता है जिसमें एक या अधिक पुनर्विक्रेता शामिल होते हैं, जिसे कहा जाता है

- (1) अप्रत्यक्ष विपणन (2) प्रत्यक्ष विपणन
(3) विपणन संचार (4) इनमें से कोई नहीं
(5) अनुत्तरित प्रश्न

62. एफ एम सी जी उत्पाद के लिए निम्नलिखित में से कौन सा महत्वपूर्ण है ?

- (1) टाइपोग्राफी (2) सौंदर्यशास्त्र
(3) पैकेजिंग (4) यह सभी
(5) अनुत्तरित प्रश्न

57. Which P's is called as 'Face of Brand' ?

- (1) Promotion (2) Price
(3) Packaging (4) None of these
(5) Question not attempted

58. Which coverage refer to the geographic distribution of the product ?

- (1) Market coverage
(2) Market perpetration
(3) Market saturation
(4) None of these
(5) Question not attempted

59. Which of the following is an example of indirect channels of distribution ?

- (1) Amazon
(2) Tupperware
(3) Follow-up calls
(4) Wholesalers
(5) Question not attempted

60. Which of the following is not a part of the promotional mix ?

- (1) Public relations
(2) Personal selling
(3) Interactive marketing
(4) Sales pricing incentives
(5) Question not attempted

61. Product is distributed through a channel structure that includes one or more reseller called as

- (1) Indirect marketing
(2) Direct marketing
(3) Marketing communication
(4) None of these
(5) Question not attempted

62. Which of the following is important for the FMCG product ?

- (1) Typography (2) Aesthetic
(3) Packaging (4) All of these
(5) Question not attempted

63. उपभोक्ता व्यवहार विज्ञापन रणनीतियों को कैसे प्रभावित करता है ?

- (1) इसका विज्ञापन रणनीतियों पर कोई प्रभाव नहीं पड़ता है।
- (2) यह विज्ञापन सेवाओं की मूल्य निर्धारण रणनीति निर्धारित करता है।
- (3) यह विज्ञापन में पूरी तरह से रचनात्मक तत्वों पर ध्यान केंद्रित करता है।
- (4) यह उपभोक्ता की प्राथमिकताओं के अनुरूप विज्ञापन प्लेटफॉर्म और मैसेजिंग की पसंद को प्रभावित करता है।
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

64. कौन सा विज्ञापन प्रतिलिपि का संघटक नहीं है ?

- (1) शीर्षक
- (2) उप-शीर्षक
- (3) नारा
- (4) चैनल
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

65. एक प्रकार का संतुलन जहाँ डिजाइन तत्वों को ऑप्टिकल केंद्र के चारों ओर रखा जाता है :

- (1) ऑप्टिकल केंद्र
- (2) एकता
- (3) असममित संतुलन
- (4) रेडियल संतुलन
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

66. उपभोक्ता व्यवहार और विज्ञापन में उम्र और जीवनशैली सहित व्यक्तिगत कारकों की क्या भूमिका है ?

- (1) व्यक्तिगत कारक उपभोक्ता व्यवहार या विज्ञापन को प्रभावित नहीं करते हैं।
- (2) व्यक्तिगत कारक केवल विज्ञापन प्लेटफॉर्म की पसंद को प्रभावित करते हैं।
- (3) व्यक्तिगत कारक विज्ञापनों की सामग्री निर्धारित करते हैं।
- (4) व्यक्तिगत कारक व्यक्तियों की जरूरतों, रुचियों और प्राथमिकताओं को प्रभावित कर सकते हैं, जो विज्ञापन रणनीतियों को प्रभावित करते हैं।
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

63. How does consumer behaviour impact advertising strategies ?

- (1) It has no impact on advertising strategies.
- (2) It determines the pricing strategy of advertising services.
- (3) It focuses solely on creative elements in advertising.
- (4) It influences the choice of advertising platforms and messaging to align with consumer preferences.
- (5) Question not attempted

64. Which one is not a component of advertising copy ?

- (1) Headline
- (2) Sub-headline
- (3) Slogan
- (4) Channel
- (5) Question not attempted

65. A type of balance where the design elements are placed around the optical centre is :

- (1) Optical centre
- (2) Unity
- (3) Asymmetrical balance
- (4) Radial balance
- (5) Question not attempted

66. What is the role of personal factors, including age and lifestyle, in consumer behaviour and advertising ?

- (1) Personal factors do not affect consumer behaviour or advertising.
- (2) Personal factors only affect the choice of advertising platforms.
- (3) Personal factors determine the content of advertisements.
- (4) Personal factors can influence individuals' needs, interests and preferences which impacts advertising strategies.
- (5) Question not attempted

67. निम्नलिखित में से कौन विक्रय बिंदु के दृष्टिकोण से उत्पाद की योग्यता नहीं है ?

- (1) वजन (2) आर्थिकी
(3) आकार (4) पेस्टअप
(5) अनुत्तरित प्रश्न

68. उपभोक्ता व्यवहार की गहरी समझ से विज्ञापनदाताओं को कैसे लाभ हो सकता है ?

- (1) यह विज्ञापनदाताओं को उपभोक्ता की प्राथमिकताओं पर विचार किए बिना विज्ञापन बनाने की अनुमति देता है।
(2) यह विज्ञापनदाताओं को अपने संदेशों को अपने लक्षित दर्शकों तक प्रभावी ढंग से पहुँचाने और उनके साथ जोड़ने में सक्षम बनाता है।
(3) यह विज्ञापनदाताओं को अपना विज्ञापन बजट बढ़ाने में मदद करता है।
(4) यह मानकीकृत संदेशों पर भरोसा करके विज्ञापन प्रक्रिया को सरल बनाता है।
(5) अनुत्तरित प्रश्न

69. प्रेरक विज्ञापन रणनीतियों में नैतिक विचारों को कैसे एकीकृत किया जा सकता है ?

- (1) प्रेरक विज्ञापन में नैतिक विचार अप्रासंगिक हैं।
(2) नैतिक विज्ञापन में पारदर्शिता, ईमानदारी और उपभोक्ता अधिकारों का सम्मान शामिल है और विज्ञापनदाता विश्वास और विश्वसनीयता बनाने के लिए इन सिद्धांतों का उपयोग कर सकते हैं।
(3) नैतिक विचार केवल विज्ञापन अभियानों के समय को प्रभावित करते हैं।
(4) नैतिक विचार विज्ञापन प्लेटफॉर्म की पसंद निर्धारित करते हैं।
(5) अनुत्तरित प्रश्न

70. एक सुनहरे आयत में, भुजाओं का अनुपात है :

- (1) 1 : 1 : 616 (2) 1 : 1 : 619
(3) 1 : 1 : 615 (4) 1 : 1 : 618
(5) अनुत्तरित प्रश्न

67. Which of the following is not the merit of the product from the selling point prospective ?

- (1) Weight (2) Economy
(3) Shape (4) Pasteup
(5) Question not attempted

68. How can a deep understanding of consumer behaviour benefit advertisers ?

- (1) It allows advertisers to create ads without considering consumer preferences.
(2) It enables advertisers to tailor their messages to effectively reach and resonate with their target audience.
(3) It helps advertisers increase their advertising budgets.
(4) It simplifies the advertising process by relying on standardized messages.
(5) Question not attempted

69. How can ethical considerations be integrated into persuasive advertising strategies ?

- (1) Ethical considerations are irrelevant in persuasive advertising.
(2) Ethical advertising involves transparency, honesty and respecting consumer rights and advertisers can use these principles to build trust and credibility.
(3) Ethical considerations only affect the timing of advertising campaigns.
(4) Ethical considerations determine the choice of advertising platforms.
(5) Question not attempted

70. In a golden rectangle, the ratio of the sides is :

- (1) 1 : 1 : 616 (2) 1 : 1 : 619
(3) 1 : 1 : 615 (4) 1 : 1 : 618
(5) Question not attempted

71. दो बुनियादी रचनात्मक रणनीतियाँ क्या हैं ?

- (1) छवि और निर्णय
- (2) निर्माण और जानकारी
- (3) हार्ड सेल और सॉफ्ट सेल
- (4) इनमें से कोई नहीं
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

72. विज्ञापन में विशिष्ट और गहन वितरण रणनीतियों के बीच क्या अंतर है ?

- (1) विशिष्ट एक ग्राहक को विज्ञापन सेवाएँ बेचने पर केंद्रित है, जबकि गहन कई ग्राहकों को बेचने पर केंद्रित है।
- (2) विशिष्ट वितरण चैनलों की संख्या को सीमित करता है, जबकि गहन उत्पाद को यथासंभव अधिक से अधिक चैनलों के माध्यम से उपलब्ध कराने का प्रयास करता है।
- (3) विशिष्ट विज्ञापन का उपयोग केवल विलासी (लक्जरी) उत्पादों के लिए किया जाता है, जबकि गहन का उपयोग बजट उत्पादों के लिए किया जाता है।
- (4) विशिष्ट वितरण का उपयोग मुख्य रूप से ऑफ़लाइन विज्ञापन में किया जाता है, जबकि गहन का उपयोग ऑनलाइन विज्ञापन में किया जाता है।
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

73. एक रचनात्मक अवधारणा का उत्पादन करने के लिए एक साथ काम करने वाले दो महत्वपूर्ण कारक क्या हैं ?

- (1) विचार और व्यवहार
- (2) अवधारणा और लेआउट
- (3) शब्द और चित्र
- (4) इनमें से कोई नहीं
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

71. What are the two basic creative strategies ?

- (1) Image and decision
- (2) Creation and information
- (3) Hard sell and soft sell
- (4) None of these
- (5) Question not attempted

72. What is the difference between exclusive and intensive distribution strategies in advertising ?

- (1) Exclusive focuses on selling advertising services to a single client, while intensive focuses on selling to multiple clients.
- (2) Exclusive limits the number of distribution channels, while intensive seeks to make the product available through as many channels as possible.
- (3) Exclusive advertising is only used for luxury products, while intensive is used for budget products.
- (4) Exclusive distribution is primarily used in offline advertising, while intensive is used in online advertising.
- (5) Question not attempted

73. What are the two important factors that work together to produce a creative concept ?

- (1) Idea and behaviour
- (2) Concept and layout
- (3) Words and pictures
- (4) None of these
- (5) Question not attempted

74. कॉपी-राइटिंग में "एआईडीए" की अवधारणा क्या है ?

- (1) एआईडीए "विज्ञापन में अप्रासंगिक विवरण से बचना" का संक्षिप्त रूप है।
- (2) एआईडीए का मतलब ध्यान, बातचीत, तिथि और कार्रवाई है, जो उन चरणों का प्रतिनिधित्व करता है जिसके माध्यम से एक अच्छी तरह से तैयार किए गए संदेश को दर्शकों का नेतृत्व करना चाहिए।
- (3) एआईडीए का मतलब ध्यान, रुचि, इच्छा और कार्रवाई है, जो उन चरणों का प्रतिनिधित्व करता है जिनके माध्यम से एक अच्छी तरह से तैयार किए गए संदेश को दर्शकों का नेतृत्व करना चाहिए।
- (4) एआईडीए विज्ञापन में रचनात्मक दृश्यों से संबंधित है।
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

75. हमारी आँखों से देखी जाने वाली सतह की गुणवत्ता का संगत हलकापन और गहरापन कहा जाता है

- (1) एकता (2) टोन
- (3) लय (रिदम) (4) सामंजस्य
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

76. "ब्रांड अनुनाद" की अवधारणा क्या है ?

- (1) यह विचार कि ब्रांडों को हमेशा अपने ग्राहकों से दूर रहना चाहिए।
- (2) ग्राहकों का ब्रांड के साथ भावनात्मक जुड़ाव, जो वफादारी और समर्थन की ओर ले जाता है।
- (3) किसी उत्पाद को कई बार रीब्रांड करने की प्रक्रिया।
- (4) ग्राहकों की प्रतिक्रिया को नजरअंदाज करने की प्रथा।
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

74. What is the concept of "AIDA" in copy-writing ?

- (1) AIDA is an acronym for "Avoiding Irrelevant Details in Advertising".
- (2) AIDA stands for Attention, Interaction, Date and Action representing the stages a well-crafted message should lead the audience through.
- (3) AIDA stands for Attention, Interest, Desire and Action, representing the stages a well-crafted message should lead the audience through.
- (4) AIDA is related to creative visuals in advertising.
- (5) Question not attempted

75. Relative lightness and darkness of a surface quality as seen with our eyes is termed as :

- (1) Unity
- (2) Tone
- (3) Rhythm
- (4) Harmony
- (5) Question not attempted

76. What is the concept of "brand resonance" ?

- (1) The idea that brands should always remain distant from their customers.
- (2) The emotional connection that customers have with a brand, leading to loyalty and advocacy.
- (3) The process of rebranding a product multiple times.
- (4) The practice of ignoring customer feedback.
- (5) Question not attempted

77. रंग जो बिना टोन्स के ग्रेडेशन के मुद्रित या चित्रित किये जाते हैं, उन्हें क्या कहते हैं ?

- (1) नकली रंग
- (2) हीयु
- (3) प्रक्रिया रंग
- (4) फीका रंग
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

78. "अपील विज्ञापन का केंद्रीय विचार है" जिसे किसके द्वारा परिभाषित किया गया है ?

- (1) ओटो क्लेपनर
- (2) डोरोथी
- (3) बर्टन
- (4) सैंडेज और फ्राइबर्गर
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

79. विज्ञापनों की एक शृंखला जो धीरे-धीरे एक अगामी घटना या उत्पाद लॉन्च के बारे में जानकारी प्रकट करती है :

- (1) टीजर अभियान
- (2) रीब्रांडिंग अभियान
- (3) ब्रांड अभियान
- (4) बिक्री संवर्धन अभियान
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

80. "पाथोज" क्या समझाता है ?

- (1) तर्क करने की अपील
- (2) भावना के लिए एक अपील
- (3) विश्वसनीयता के लिए एक अपील
- (4) हँसी की अपील
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

81. यह एक 2D वस्तु है जिसमें गहराई का अभाव है और रेखाओं से घिरी हुई है :

- (1) आकृति
- (2) लाइन
- (3) संतुलन
- (4) बनावट (टेक्स्चर)
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

77. Colours that are painted or printed without gradation of tones are :

- (1) Fake colour
- (2) Hue
- (3) Process colour
- (4) Flat colour
- (5) Question not attempted

78. "The appeal is the central idea of an advertisement" is defined by -

- (1) Otto Kleppner
- (2) Dorothy
- (3) Burton
- (4) Sandage & Fryburger
- (5) Question not attempted

79. A series of advertisements that slowly reveal information about an upcoming event or product launch is called :

- (1) Teaser campaign
- (2) Rebranding campaign
- (3) Brand campaign
- (4) Sales promotion campaign
- (5) Question not attempted

80. What does "Pathos" explain ?

- (1) An appeal to reason.
- (2) An appeal to emotion.
- (3) An appeal to credibility.
- (4) An appeal to laughter.
- (5) Question not attempted

81. It is a 2D object which lacks depth and is enclosed with lines ?

- (1) Shape
- (2) Line
- (3) Balance
- (4) Texture
- (5) Question not attempted

82. "60 मील प्रति घंटे की रफतार से नई रोल्स-रॉयस में सबसे तेज़ आवाज़ एक इलेक्ट्रिक घड़ी से आती है।" यह किसके द्वारा लिखी गई थी ?
- (1) पॉल रान्ड (2) सॉल बास
(3) डेविड ओगिल्वी (4) श्रीनिवास खरे
(5) अनुत्तरित प्रश्न
83. एक विज्ञापन में शब्दों को आकार देने और गढ़ने वाले व्यक्ति को क्या कहा जाता है ?
- (1) विपणक
(2) विजुआलाइजर
(3) कॉपीराइटर
(4) केवल (1) और (2) सही हैं।
(5) अनुत्तरित प्रश्न
84. वे लोग जो जरूरतों और इच्छाओं को पूरा करने के लिए उत्पादों को खरीदते हैं या उपयोग करते हैं :
- (1) खुदरा विक्रेता (2) उपभोक्ता
(3) विपणक (4) वृद्ध लोग
(5) अनुत्तरित प्रश्न
85. यू.एस.पी. का पूर्ण रूप क्या है ?
- (1) यूनिक सिलेक्टिव पॉइंट
(2) अल्ट्रा सिलेक्टिव पॉइंट
(3) यूनिक सेलिंग पॉइंट
(4) यूनिक सेलिंग प्रेज्यूडाइस
(5) अनुत्तरित प्रश्न
86. वह समूह जिसके पूर्वकल्पित परिप्रेक्ष्यों या मूल्यों का उपयोग किसी व्यक्ति द्वारा अपने निर्णय और कार्यों के आधार के रूप में किया जा रहा है, उसे क्या कहा जाता है ?
- (1) संकेन्द्रित समूह (2) चयन समूह
(3) संदर्भ समूह (4) सामाजिक समूह
(5) अनुत्तरित प्रश्न
82. "At 60 miles an hour the loudest noise in this new Rolls-Royce comes from the electric clock" was written by –
- (1) Paul Rand
(2) Saul Bass
(3) David Ogilvy
(4) Shreeniwas Khare
(5) Question not attempted
83. A person who shapes and sculpts the words in an advertisement is called –
- (1) Marketer
(2) Visualizer
(3) Copywriter
(4) Only (1) and (2) are right.
(5) Question not attempted
84. The people who buy or use products to satisfy needs and wants –
- (1) Retailers
(2) Consumer
(3) Marketer
(4) Old age people
(5) Question not attempted
85. What is the full form of USP ?
- (1) Unique Selective Point
(2) Ultra Selective Point
(3) Unique Selling Point
(4) Unique Selling Prejudice
(5) Question not attempted
86. A group whose presumed perspectives or values are being used by an individual as the basis for his or her judgements and actions is called as –
- (1) Focus group
(2) Selection group
(3) Reference group
(4) Social group
(5) Question not attempted

87. यह पता लगाने की प्रक्रिया कि ग्राहक किस तरह का व्यक्ति है :

- (1) साइजिंग अप
- (2) क्रियात्मक जरूरत
- (3) बौद्धिक अपील
- (4) सेलिंग पॉइंट्स
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

88. विज्ञापन में, दृष्टिकोण निर्माण क्या है ?

- (1) यह एक सीखा हुआ पूर्वाग्रह है।
- (2) एक विचार जो एक विशेष व्यवहार की ओर ले जाता है।
- (3) यह हमारे मूल्यों का प्रतिबिंब है।
- (4) यह सभी
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

89. एक डिजाइन में संतुलन कहाँ से होना चाहिए ?

- (1) बाएँ से दाएँ
- (2) ऊपर से नीचे तक
- (3) दाएँ से बाएँ
- (4) नीचे से ऊपर तक
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

90. विज्ञापन के लेखक को क्या बुलाया जाता है ?

- (1) रचनात्मक निदेशक
- (2) विज्ञापन लेखक
- (3) लेखा कार्यकारी
- (4) विक्रेता (सेल्समैन)
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

91. कौन सा अनुसंधान उपभोक्ता के व्यवहार के अंतर्निहित कारणों में अंतर्दृष्टि प्राप्त करने के लिए विभिन्न पद्धतियों का उपयोग करता है ?

- (1) मनोविश्लेषणात्मक अनुसंधान
- (2) उपभोक्ता अनुसंधान
- (3) साकारीकरण की जरूरतों का अनुसंधान
- (4) प्रेरणा अनुसंधान
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

92. प्रतिलिपि में भावनात्मक दृष्टिकोण को और भी क्या कहा जाता है ?

- (1) छवि निर्माण प्रतिलिपि
- (2) कथा प्रतिलिपि
- (3) मूड बिल्डिंग प्रतिलिपि
- (4) विनोदी प्रतिलिपि
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

87. The process of finding out what kind of a person the customer is :

- (1) Sizing up
- (2) Physiological needs
- (3) Intellectual appeal
- (4) Selling points
- (5) Question not attempted

88. What is attitude formation in advertising ?

- (1) It is a learned predisposition.
- (2) An idea that leads to a particular behaviour.
- (3) It is a reflection of our values.
- (4) All of these
- (5) Question not attempted

89. In a design, balance should be from :

- (1) left to right
- (2) top to bottom
- (3) right to left
- (4) bottom to top
- (5) Question not attempted

90. The writer of an advertisement is called –

- (1) Creative director
- (2) Copy writer
- (3) Accounts executive
- (4) Salesman
- (5) Question not attempted

91. Which research uses a variety of methodologies to gain insight into the underlying causes of consumer behaviour ?

- (1) Psychoanalytic research
- (2) Consumer research
- (3) Actualization needs research
- (4) Motivation research
- (5) Question not attempted

92. The emotional approach in a copy is also called the –

- (1) Image building copy
- (2) Narrative copy
- (3) Mood building copy
- (4) Humorous copy
- (5) Question not attempted

93. विज्ञापनदाता जो अपने विज्ञापनों को वेबपेज की सामग्री के आधार पर लक्षित करते हैं, _____ विज्ञापन का उपयोग करते हैं।

- (1) प्रासंगिक
- (2) व्यावहारिक लक्ष्यीकरण
- (3) रिच मीडिया
- (4) प्रदत्त खोज (पेड सर्च)
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

94. निम्नलिखित में से कौन से उत्पाद / सेवा विशिष्ट अनुसंधान के दो प्रकार हैं ?

- (1) साधारण एवं वास्तविक अनुसंधान
- (2) मात्रात्मक एवं गुणात्मक अनुसंधान
- (3) ब्रांड एसेट एवं ब्रांड क्रोमा अनुसंधान
- (4) बाजार एवं सातत्य अनुसंधान
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

95. एक विशेष संस्थान जो कंपनी को पेशेवर विज्ञापन सेवाएँ प्रदान करता है, _____ के रूप में जाना जाता है।

- (1) विज्ञापन
- (2) संदेश
- (3) मीडिया
- (4) विज्ञापन एजेंसी
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

96. किसी विज्ञापन में किस हद तक ऐसे तत्व शामिल हैं, जो कि नोवेल, अलग या असामान्य हों, उसे क्या कहते हैं ?

- (1) अपसारिता
- (2) रचनात्मकता
- (3) प्रासंगिकता
- (4) विएटिक
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

97. निम्न में से कौन सा इन्टरनेट का एक नुकसान है ?

- (1) लक्ष्य विपणन
- (2) संदेश की बनावट (Tailoring)
- (3) गोपनीयता
- (4) खुलासा
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

93. Advertisers who target their ads based on the content of the webpage use _____ advertising.

- (1) Contextual
- (2) Behavioural targeting
- (3) Rich media
- (4) Paid search
- (5) Question not attempted

94. Which of the following are two types of product/service specific research ?

- (1) Normal and factual research
- (2) Quantitative and Qualitative research
- (3) Brand asset and brand chroma research
- (4) Market and continuum research
- (5) Question not attempted

95. A specialized institution which offers professionalised advertising services to company is known as :

- (1) Advertising
- (2) Message
- (3) Media
- (4) Advertising agency
- (5) Question not attempted

96. What is the extent to which an advertisement contains elements that are novel, different or unusual called ?

- (1) Divergence
- (2) Creativity
- (3) Relevance
- (4) Viatic
- (5) Question not attempted

97. Which of the following is a disadvantage of internet ?

- (1) Target marketing
- (2) Message tailoring
- (3) Privacy
- (4) Exposure
- (5) Question not attempted

98. वेब पर विज्ञापन का कौन सा आम तरीका है, जिसके रूप साइड पैनल्स, स्काएस्क्रेण और वर्टिकल्स हैं ?

- (1) टिकेट्स
- (2) बैनर
- (3) बार्न्स और नोबल्स
- (4) नोवेल्टी
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

99. इंटरैक्टिव मीडिया विज्ञापन में, "कॉल टू एक्शन" (सीटीए) का उद्देश्य क्या है ?

- (1) उपयोगकर्ताओं को एक विशिष्ट कार्रवाई करने के लिए प्रेरित करना, जैसे साइन-अप करना या खरीदारी करना।
- (2) ग्राहक सहायता के लिए संपर्क जानकारी प्रदान करना।
- (3) उपयोगकर्ताओं को स्थिर विज्ञापनों पर क्लिक करने के लिए प्रोत्साहित करना।
- (4) सीटीए इंटरैक्टिव मीडिया में प्रासंगिक नहीं हैं।
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

100. विज्ञापन में प्राथमिक डेटा एकत्र करने के लिए सर्वेक्षण अनुसंधान आमतौर पर इस्तेमाल की जाने वाली विधि क्यों है ?

- (1) सर्वेक्षण अनुसंधान अन्य तरीकों की तुलना में कम खर्चीला है।
- (2) सर्वेक्षण उपभोक्ता की राय, दृष्टिकोण और प्राथमिकताओं में प्रत्यक्ष अंतर्दृष्टि प्रदान करते हैं।
- (3) सर्वेक्षण का उपयोग मुख्य रूप से जनसांख्यिकीय विश्लेषण के लिए किया जाता है।
- (4) सर्वेक्षण अनुसंधान विज्ञापन सेवाओं के लिए मूल्य निर्धारण रणनीति निर्धारित करता है।
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

98. Side panels, skyscrapers or verticals are types of which common form of advertising in web ?

- (1) Tickets
- (2) Banner
- (3) Barnes and Nobles
- (4) Novelty
- (5) Question not attempted

99. In interactive media advertising, what is the purpose of a "call to action" (CTA) ?

- (1) To prompt users to take a specific action, such as signing up or making a purchase.
- (2) To provide contact information for customer support.
- (3) To encourage users to click on static ads.
- (4) CTAs are not relevant in interactive media.
- (5) Question not attempted

100. Why is survey research a commonly used method for gathering primary data in advertising ?

- (1) Survey research is less expensive than other methods.
- (2) Surveys provide direct insights into consumer opinions, attitudes and preferences.
- (3) Surveys are primarily used for demographic analysis.
- (4) Survey research determines the pricing strategy for advertising services.
- (5) Question not attempted

101. विज्ञापन में गुणात्मक अनुसंधान का प्राथमिक फोकस क्या है ?

- (1) उपभोक्ता प्रेरणाओं और धारणाओं को समझना
- (2) संख्यात्मक डेटा एकत्रित करना
- (3) विज्ञापन सेवाओं की मूल्य निर्धारण रणनीति का निर्धारण
- (4) सर्वेक्षण करना
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

102. मोबाइल विपणन में "एल.बी.एस." का पूर्ण रूप क्या है ?

- (1) सूची आधारित सेवा (लिस्ट बेस्ड सर्विस)
- (2) स्थान आधारित सेवा (लोकेशन बेस्ड सर्विस)
- (3) लीड आधारित सेवा (लीड बेस्ड सर्विस)
- (4) वैध आधारित सेवा (लेजिटिमेट बेस्ड सर्विस)
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

103. इनमें से कौन सी भारतीय विज्ञापन कैम्पेन एजेंसी नहीं है ?

- (1) मैककैन एरिक्सन
- (2) साक्षी फाउंडेशन
- (3) साटची भारत
- (4) जे.डब्ल्यू.टी. भारत
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

104. विज्ञापन अभियानों में नैतिक विचारों को कैसे एकीकृत किया जा सकता है ?

- (1) विज्ञापन में नैतिक विचार अप्रासंगिक हैं ।
- (2) नैतिक विज्ञापन में पारदर्शिता, ईमानदारी और उपभोक्ता अधिकारों का सम्मान शामिल है और ये सिद्धांत अभियान निर्णयों का मार्गदर्शन कर सकते हैं ।
- (3) नैतिक विचार केवल विज्ञापन अभियानों के समय को प्रभावित करते हैं ।
- (4) नैतिक विचार विज्ञापन सेवाओं का मूल्य निर्धारित करते हैं ।
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

101. What is the primary focus of qualitative research in advertising ?

- (1) Understanding consumer motivations and perceptions.
- (2) Collecting numerical data
- (3) Determining the pricing strategy of advertising services.
- (4) Conducting surveys
- (5) Question not attempted

102. In mobile marketing, the full form of "LBS" is :

- (1) List Based Service
- (2) Location Based Service
- (3) Lead Based Service
- (4) Legitimate Based Service
- (5) Question not attempted

103. Which of the following is not an advertising campaign agency in India ?

- (1) McCann Erickson
- (2) Saakshi foundation
- (3) Saatchi India
- (4) JWT India
- (5) Question not attempted

104. How can ethical considerations be integrated into advertising campaigns ?

- (1) Ethical considerations are irrelevant in advertising.
- (2) Ethical advertising involves transparency, honesty and respecting consumer rights and these principles can guide campaign decisions.
- (3) Ethical considerations only affect the timing of advertising campaigns.
- (4) Ethical considerations determine the pricing of advertising services.
- (5) Question not attempted

105. गॉद का ब्रांड, फेविकॉल निम्न में से किसका है ?

- (1) प्रोक्टर और गैम्बल
- (2) यूनीलिवर
- (3) पिडिलाइट
- (4) नोरेल्को
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

106. "एस.ई.ओ." का पूर्ण रूप क्या है ?

- (1) सिस्टेमैटिक इन्ट्रानेट ओप्टिमम
- (2) सिस्टेमैटिक इन्ट्राल ओप्टिमाइजेशन
- (3) सर्च एंकाउन्टर ओप्टिमम
- (4) सर्च इंजन ओप्टिमाइजेशन
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

107. जब उपयोगकर्ताओं को कम लक्षित प्रत्यक्ष मेल प्राप्त होते हैं, जो अवांछित होते हैं और रद्दी के समान होते हैं, तो इन संदेशों को _____ कहा जाता है।

- (1) ट्रंक ई-मेल
- (2) ई-मेल केवल
- (3) स्पैम ई-मेल
- (4) आर.एस.एस. ई-मेल
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

108. कई वेबसाइटों पर सामान्य सुविधा है जो _____ या बटन है, जो उपयोगकर्ताओं को सामग्री के एक टुकड़े को समाचार फीड में साझा करने की अनुमति देते हैं।

- (1) ए.आर.वी.
- (2) विजेट्स
- (3) वेब क्लिक्स
- (4) डिसेप्शन क्लिक्स
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

109. ड्राइंग की इस शृंखला का उपयोग प्रस्तावित विज्ञापन की दृश्य योजना या लेआउट को प्रस्तुत करने के लिए किया जाता है, जिसमें की फ्रेम के रेखाचित्रों की एक शृंखला होती है, जिसे _____ कहा जाता है।

- (1) एनिमेशन
- (2) स्टोरी बोर्ड
- (3) एनिमेटिक
- (4) स्टोरी एनिमेटिक
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

105. Fevicol is a brand of adhesive from which of the following ?

- (1) Procter and Gamble
- (2) Unilever
- (3) Pidilite
- (4) Norelco
- (5) Question not attempted

106. What is the full form of "SEO" ?

- (1) Systematic Enteranet Optimum
- (2) Systematic Entral Optimization
- (3) Search Encounter Optimum
- (4) Search Engine Optimization
- (5) Question not attempted

107. When users receive less targeted direct mail, which are unwanted and equivalent to trash, these messages are called _____.

- (1) Trunk e-mails
- (2) E-mails only
- (3) Spam e-mails
- (4) RSS e-mails
- (5) Question not attempted

108. A common features on many websites, which is _____ or buttons, that allow users to share a piece of content posting it to a news feed.

- (1) ARV
- (2) Widgets
- (3) Web clicks
- (4) Deception clicks
- (5) Question not attempted

109. What is the series of drawings used to present the visual plan or layout of a proposed commercial, with a series of sketches of key frames called ?

- (1) Animation
- (2) Story board
- (3) Animatic
- (4) Story animatic
- (5) Question not attempted

110. पॉप-अप और पॉप-अंडर विज्ञापन उत्पन्न करने के लिए आमतौर पर किस प्रोग्रामिंग लैंग्वेज का उपयोग किया जाता है ?
- (1) Java स्क्रिप्ट (2) पायथन
(3) रूबी (4) सी++
(5) अनुत्तरित प्रश्न
111. विज्ञापन अभियान को किस रूप में परिभाषित किया जा सकता है ?
- (1) विज्ञापन योजना और विनियमन
(2) एक व्यय विज्ञापन विज्ञापन से एक समृद्ध मीडिया है
(3) ऑनलाइन विज्ञापन
(4) एक ही विषय वाले विज्ञापनों की एक शृंखला
(5) अनुत्तरित प्रश्न
112. कार्ड किसी कंपनी या व्यक्ति के बारे में व्यावसायिक जानकारी होते हैं। उन्हें औपचारिक परिचय के दौरान सुविधा के लिए और स्मृति साधन के रूप में साझा किया जाता है :
- (1) लीफलेट (2) स्वयं मेलर
(3) बिजनेस कार्ड (4) सीधा डाक
(5) अनुत्तरित प्रश्न
113. केंद्र सरकार की विज्ञापन और प्रचार एजेंसी का नाम क्या है ?
- (1) ओगिल्वी एण्ड मैथर प्राइवेट लिमिटेड
(2) डी.ए.वी.पी.
(3) मुद्रा समूह
(4) मैककैन एरिकसन
(5) अनुत्तरित प्रश्न
114. एक ग्राहक से दूसरे ग्राहक के बीच एक उत्पाद या ब्रांड के बारे में जानकारी का जैविक हस्तांतरण क्या कहलाता है ?
- (1) अनुनय (2) मौखिक संवाद
(3) विपणन योजना (4) मीडिया रणनीति
(5) अनुत्तरित प्रश्न
110. Which programming language is commonly used to generate pop-up and pop-under ads ?
- (1) JavaScript (2) Python
(3) Ruby (4) C++
(5) Question not attempted
111. An advertising campaign can be defined as –
- (1) Advertising planning and regulation.
(2) An expending ad is a rich media from ad.
(3) Online advertising.
(4) A series of advertisements having the same theme.
(5) Question not attempted
112. Cards bearing business information about a company or individual. They are shared during formal introductions for convenience and as a memory aid :
- (1) Leaflet
(2) Self mailer
(3) Business cards
(4) Direct mail
(5) Question not attempted
113. What is the name of the advertising and publicity agency of the central government ?
- (1) Ogilvy and Mather Pvt. Ltd.
(2) DAVP
(3) Mudra Group
(4) McCann Erickson
(5) Question not attempted
114. The organic transfer of information about a product or brand between a customer to another customer is :
- (1) Persuasion
(2) Word of mouth communication
(3) Marketing plan
(4) Media strategy
(5) Question not attempted

115. जब समान या समान विचारधारा वाले संगठन ब्रांड एक्सपोजर और जागरूकता बढ़ाने के लिए अभियान बनाने के लिए एक साथ आते हैं, तो वह क्या कहलाता है ?

- (1) पॉडकास्ट
- (2) मोबाइल
- (3) सहयोगात्मक विज्ञापन
- (4) रेडियो
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

116. सोशल मीडिया के संदर्भ में "वायरल" का क्या अर्थ है ?

- (1) सोशल मीडिया प्लेटफार्मों के माध्यम से फैलने वाला एक हानिकारक कंप्यूटर वायरस।
- (2) एक प्रकार का ऑनलाइन खेल जो जल्दी लोकप्रिय हो जाता है।
- (3) सामग्री का एक टुकड़ा जो इंटरनेट पर तेजी से और बड़े पैमाने पर फैलता है।
- (4) एक विज्ञापन जो नकारात्मक प्रतिक्रिया प्राप्त करता है।
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

117. "दूरदर्शन" की स्थापना कब हुई थी ?

- (1) 15 सितम्बर, 1959
- (2) 20 सितम्बर, 1959
- (3) 15 सितम्बर, 1976
- (4) 20 सितम्बर, 1976
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

118. सर्वेक्षण, चुनाव या प्रश्नावली का उपयोग करके मूल तरीके से लक्ष्य दर्शकों से मिलने के लिए प्रश्न पूछने की तकनीक क्या है ?

- (1) गुणात्मक अनुसंधान
- (2) अनुप्रयुक्त अनुसंधान
- (3) ग्राउंड थ्योरी अनुसंधान
- (4) मात्रात्मक अनुसंधान
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

115. When similar or like minded organisations come together to create campaign to increase brand exposure, awareness, it is called ?

- (1) Podcast
- (2) Mobile
- (3) Collaborative Advertising
- (4) Radio
- (5) Question not attempted

116. What does 'viral' mean in the context of social media ?

- (1) A harmful computer virus spreading through social media platforms.
- (2) A type of online game that gains popularity quickly.
- (3) A piece of content that spreads rapidly and extensively across the internet.
- (4) An advertisement that receives negative feedback.
- (5) Question not attempted

117. When was "Doordarshan" established ?

- (1) September 15, 1959
- (2) September 20, 1959
- (3) September 15, 1976
- (4) September 20, 1976
- (5) Question not attempted

118. The technique to ask questions to meet the target audience in an originated manner using surveys, polls or questionnaire is -

- (1) Qualitative research
- (2) Applied research
- (3) Ground theory research
- (4) Quantitative research
- (5) Question not attempted

119. माइक्रो ब्लॉगिंग को इस रूप में परिभाषित किया जा सकता है :

- (1) एक व्यक्ति के बजाय कंपनियों द्वारा पोस्ट किए गए ब्लॉग
- (2) मोबाइल रियलटाइम ब्लॉग
- (3) त्वरित और आमतौर पर सीधे दर्शकों की बातचीत के लिए डिज़ाइन किया गया एक छोटा ब्लॉग पोस्ट
- (4) भोजन से संबंधित ब्लॉग
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

120. येलो पेज विज्ञापन क्या है ?

- (1) यह पीले पृष्ठों की निर्देशिका होती है जिसमें टेलीफोन नम्बर दिये जाते हैं ।
- (2) यह माध्यम व्यवसायों के लिए जानकारी का एक स्रोत होता है ।
- (3) केवल (1) सही है ।
- (4) विकल्प (1) और विकल्प (2) दोनों सही हैं ।
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

121. एक विपणन योजना है

- (1) विपणन अवधारणा को लागू करने के लिए साधन ।
- (2) विपणन उद्देश्यों की स्थापना ।
- (3) विपणन रणनीतियों और नीतियों को तैयार करना ।
- (4) यह सभी
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

122. किसी विज्ञापन में टेस्ट प्रकार द्वारा निर्मित धूसर द्रव्यमान का भाग है :

- (1) अपील
- (2) संक्षेप डिज़ाइन
- (3) कॉपी ब्लॉक
- (4) सनबर्स्ट
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

119. Micro blogging can be defined as –

- (1) blogs posted by companies instead of an individual.
- (2) mobile related blogs.
- (3) a short blog post designed for quick and typically direct audience interaction.
- (4) blog related to food.
- (5) Question not attempted

120. What is yellow page advertisement ?

- (1) It is a yellow page directory in which telephone numbers are given.
- (2) This medium is a source of information for businesses.
- (3) Only (1) is correct.
- (4) Both option (1) and option (2) are correct.
- (5) Question not attempted

121. A Marketing plan is –

- (1) the instrument to implement the marketing concept.
- (2) establishing marketing objectives.
- (3) framing marketing strategies and policies.
- (4) All of these
- (5) Question not attempted

122. The portion of a grey mass formed by the text type in an advertisement is

- (1) Appeal
- (2) Design brief
- (3) Copy block
- (4) Sunburst
- (5) Question not attempted

123. जैसे-जैसे लेंस की फोकल लंबाई कम होती जाती है, क्षेत्र की गहराई _____।

- (1) बढ़ जाती है। (2) एक ही रहती है।
(3) घट जाती है। (4) धुंधली हो जाती है।
(5) अनुत्तरित प्रश्न

124. एपर्चर _____ संख्याओं में मापा जाता है।

- (1) n (एन) (2) m (एम)
(3) f (एफ) (4) g (जी)
(5) अनुत्तरित प्रश्न

125. कंप्यूटर स्क्रीन जैसे रैस्टर डिवाइस पर बिंदुओं या पिक्सल के पैटर्न से बनी छवि या अक्षर को क्या कहा जाता है ?

- (1) सी.ई.पी.एस. (2) जे.पी.ई.जी.
(3) जी.आई.एफ. 'स (4) बिटमैप
(5) अनुत्तरित प्रश्न

126. वेब डिजाइन में "वायरफ्रेमिंग" का उद्देश्य क्या है ?

- (1) पूरी तरह से कार्यात्मक वेब पृष्ठ बनाने के लिए
(2) रोचक एनीमेशन डिजाइन करने के लिए
(3) वेब पेज के लेआउट और संरचनाओं की रूपरेखा तैयार करना
(4) वेबसाइट के प्रदर्शन को अनुकूलित करने के लिए
(5) अनुत्तरित प्रश्न

127. एक पी.सी. जिसमें 96 डी.पी.आई. मोनिटर है और आपका डिजाइन 72 डी.पी.आई. पर बना है, ग्राफिक दिखाई देगा -

- (1) बड़ा
(2) बड़ा हुआ लेकिन धुंधला
(3) छोटा
(4) पिक्सलेटिड
(5) अनुत्तरित प्रश्न

128. डी.पी.आई. का पूर्ण रूप क्या है ?

- (1) डिजिटल पिक्सल पर इंच
(2) डिजिटल पिक्सल इन्डेक्स
(3) डॉट्स पर इंच
(4) डिजिटाइस्ड पर इंच
(5) अनुत्तरित प्रश्न

123. Depth of field _____ as the focal length of the lens becomes shorter.

- (1) increases (2) is the same
(3) decreases (4) gets blurry
(5) Question not attempted

124. The aperture is measured in _____ numbers.

- (1) n (2) m
(3) f (4) g
(5) Question not attempted

125. An image or letter made from a pattern of dots or pixels on a raster device such as a computer screen is called as ?

- (1) CEPS (2) JPEG
(3) GIF's (4) BITMAP
(5) Question not attempted

126. What is the purpose of "wireframing" in web design ?

- (1) To create fully functional web pages.
(2) To design engaging animations.
(3) To outline the layout and structures of web page.
(4) To optimize website performance.
(5) Question not attempted

127. A PC which has a 96 dpi monitor, and your design is made on 72 dpi, the graphic will appear -

- (1) Bigger
(2) Enlarged but blurred
(3) Smaller
(4) Pixelated
(5) Question not attempted

128. What is the full form of DPI ?

- (1) Digital Pixels Per Inch
(2) Digital Pixel Index
(3) Dots Per Inch
(4) Digitised Per Inch
(5) Question not attempted

129. वेब पृष्ठ के मुख्य भाग में एक एच.टी.एम.एल. टैग की विशेषता के रूप में सी.एस.एस. कोडित किया गया :

- (1) आंतरिक (2) बाहरी
- (3) शैली (4) इनलाइन
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

130. डिजिटल छवि के लिए किस रंग मोड का उपयोग किया जाता है ?

- (1) सी.एम.वाई.के. (2) आर.जी.बी.
- (3) पैन्टोन (4) एच.एस.बी.
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

131. बहुत तेज तस्वीरें खींचने के लिए सर्वश्रेष्ठ शटर गति :

- (1) 3" (2) 1/125
- (3) 1/200 (4) 1/500
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

132. "GUI" की फुल फॉर्म क्या है ?

- (1) ग्राफिक यूजर इंटरनेट
- (2) ग्राफिकल यूजर इंटरफेस
- (3) ग्राफिकल यूजिंग इंटरफेस
- (4) ग्राफिक अल्टीमेट इंटरफेस
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

133. "फोटोग्राफी" शब्द किसने गढ़ा ?

- (1) फॉक्स टैलबोट (2) सर जॉन हर्शेल
- (3) जोहान्स गुटेनबर्ग (4) राइट ब्रदर्स
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

134. "जी.आई.एफ." का पूर्ण रूप क्या है ?

- (1) ग्राफिक्स इंटरचेन्ज फॉरमैट
- (2) ग्राफिक्स इंटरकनेक्टेड फॉरमैट
- (3) ग्राफिक्स इन्ट्राकनेक्टेड फॉरमैट
- (4) ग्राफिक्स इंटरटूंडेड फॉरमैट
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

129. CSS coded in the body of the webpage as an attribute of an HTML tag :

- (1) Internal (2) External
- (3) Style (4) Inline
- (5) Question not attempted

130. Which colour mode is used for digital image ?

- (1) CMYK (2) RGB
- (3) Pantone (4) HSB
- (5) Question not attempted

131. Best shutter speed to capture very fast pictures :

- (1) 3" (2) 1/125
- (3) 1/200 (4) 1/500
- (5) Question not attempted

132. What is the full form of "GUI" ?

- (1) Graphic User Internet
- (2) Graphical User Interface
- (3) Graphical Using Interface
- (4) Graphic Ultimate Interface
- (5) Question not attempted

133. Who coined the term "Photography" ?

- (1) Fox Talbot
- (2) Sir John Herschel
- (3) Johannes Gutenberg
- (4) Wright Brothers
- (5) Question not attempted

134. What is the full form of "GIF" ?

- (1) Graphics Interchange Format
- (2) Graphics Interconnected Format
- (3) Graphics Intraconnected Format
- (4) Graphics Intertwined Format
- (5) Question not attempted

135. यह एडोब फोटोशॉप में छवियों को मिलाने या किनारों के मृदुलन के लिए उपयोगी एक सरल प्रक्रिया है -

- (1) रंग संतुलन
- (2) फेदरिंग
- (3) ओवर एक्सपोजर
- (4) वक्र (कर्व)
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

136. यह एक अल्ट्रा वाइड एंगल लेंस है जो एक विस्तृत पैनोरैमिक या अर्धगोलाकार छवि बनाने के उद्देश्य से मजबूत दृश्य विरूपण पैदा करता है :

- (1) अल्ट्रा टेलीफोटो लेंस
- (2) टेलीफोटो लेंस
- (3) मैक्रो लेंस
- (4) फिश आई लेंस
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

137. मुद्रित रंगों के अनुरूप अधिक ईमानदारी से कंप्यूटर स्क्रीन के आउटपुट मानों को समायोजित करने को क्या कहा जाता है ?

- (1) सातत्य
- (2) आरोही
- (3) रंग अंशांकन
- (4) रंग सुधारक
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

138. निम्न में से कौन सा प्रकाश व्यवस्था का उपकरण नहीं है ?

- (1) बूम स्टैंड
- (2) अम्ब्रेला रिफ्लेक्टर
- (3) ट्राईपोड
- (4) विन्डो प्रकाश (लाइट)
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

139. कौन सी फोटोग्राफी छोटे विषयों के अत्यधिक क्लोज़-अप फोटोग्राफ लेने की प्रथा को संदर्भित करती है, जो सटीक विवरणों को कैप्चर करती है ?

- (1) सूक्ष्म फोटोग्राफी
- (2) हवाई फोटोग्राफी
- (3) दस्तावेजी फोटोग्राफी
- (4) फूड फोटोग्राफी
- (5) अनुत्तरित प्रश्न

135. It's a simple process useful for blending images or softening edges in Adobe Photoshop -

- (1) Colour balance
- (2) Feathering
- (3) Over exposure
- (4) Curves
- (5) Question not attempted

136. It is an ultra wide angle lens that produces strong visual distortion intended to create a wide panoramic or hemispherical image -

- (1) Ultra telephoto lens
- (2) Telephoto lens
- (3) Macro lens
- (4) Fish eye lens
- (5) Question not attempted

137. To adjust the output values of a computer screen to correspond more faithfully to printed colours is called :

- (1) Continuum
- (2) Ascender
- (3) Colour calibrate
- (4) Colour corrector
- (5) Question not attempted

138. Which of the following isn't lighting equipment ?

- (1) Boom stand
- (2) Umbrella Reflector
- (3) TRIPOD
- (4) Window light
- (5) Question not attempted

139. Which photography refers to the practice of taking extremely close-up photographs of small subjects, capturing the intricate details ?

- (1) Micro Photography
- (2) Aerial Photography
- (3) Documentary Photography
- (4) Food Photography
- (5) Question not attempted

140. एच.टी.एम.एल. में कितने प्रकार के विशिष्ट शीर्षक आकार होते हैं ?
- (1) 16 (2) 8
(3) 4 (4) 6
(5) अनुत्तरित प्रश्न
141. _____ में प्लगइन्स हैं, जो मौजूदा पेज लेआउट को एच.टी.एम.एल. में परिवर्तित कर सकते हैं। रिक्त स्थान भरें।
- (1) पेज मिल (2) क्वार्क एक्सप्रेस
(3) कोरल ड्रॉ (4) यू.आई.मेकर.इन
(5) अनुत्तरित प्रश्न
142. इनपुट और आउटपुट का सेट जिसे उपयोगकर्ता एक एप्लिकेशन के कार्यों को लागू करने के लिए इंटरैक्ट करता है, उसे कहा जाता है
- (1) उपयोगकर्ता अनुभव
(2) यूजर इंटरफेस
(3) रूपक
(4) उपयोगिता
(5) अनुत्तरित प्रश्न
143. निम्न में से कौन से लेन्स के प्रकार हैं ?
- (1) फिश आई लेंस (2) मैक्रो लेंस
(3) माइक्रो लेंस (4) यह सभी
(5) अनुत्तरित प्रश्न
144. क्षेत्र की गहराई का क्या कार्य है ?
- (1) लेंस का फ्रेम आकार
(2) लेंस की जूमिंग क्षमता
(3) विशिष्ट फोकसिंग क्षेत्र
(4) खोजक आयाम देखना
(5) अनुत्तरित प्रश्न
145. ऑनलाइन बैनर विज्ञापन पहली बार कब शुरू हुआ ?
- (1) 1980 की शुरुआत
(2) 1970 की शुरुआत
(3) 1990 की शुरुआत
(4) 2000 की शुरुआत
(5) अनुत्तरित प्रश्न
140. How many specific heading sizes are there in HTML ?
- (1) 16 (2) 8
(3) 4 (4) 6
(5) Question not attempted
141. There are plug-ins to _____ that can convert existing page layout into HTML.
Fill in the blank.
- (1) Page Mill (2) QuarkXPress
(3) CorelDraw (4) UIMaker.in
(5) Question not attempted
142. The set of inputs and outputs that the user interacts with to invoke the functions of an application is termed as :
- (1) User experience
(2) User interface
(3) Metaphor
(4) Usability
(5) Question not attempted
143. Which of the following are types of lens ?
- (1) Fish eye lens
(2) Macro lens
(3) Micro lens
(4) All of these
(5) Question not attempted
144. What is the function of depth of field ?
- (1) Frame size of the lens
(2) Zooming capacity of lens
(3) Specific focusing area
(4) View finder dimensions
(5) Question not attempted
145. When did online banner advertising first begin ?
- (1) early 1980s
(2) early 1970s
(3) early 1990s
(4) early 2000
(5) Question not attempted

146. कोई आपके उभरते पृष्ठों (डिजाइन किए गए पृष्ठों) को बिना ऑनलाइन जाए _____ जैसे ब्राउसर पर देख सकता है।

रिक्त स्थान भरें।

- (1) वेबस्टील (2) नेटस्कैप
(3) क्वार्क एक्सप्रेस (4) कोरल नेट
(5) अनुत्तरित प्रश्न

147. वेब डिजाइन में उपयोगकर्ता परीक्षण का प्राथमिक लक्ष्य क्या है ?

- (1) परिवर्तनों को बनाने के लिए।
(2) वेबसाइट के प्रदर्शन को अनुकूलित करने के लिए।
(3) उपयोगकर्ता की बातचीत का विश्लेषण करना और प्रतिक्रिया एकत्र करना।
(4) दर्शनीय रूप से आकर्षक वेबसाइट तैयार करना।
(5) अनुत्तरित प्रश्न

148. परिदृश्य (लैंडस्केप) की शूटिंग करते समय कैमरा स्तर को बनाए रखना आसान होता है यदि आप इसका उपयोग करते हैं :

- (1) ज़ूम लेंस
(2) रूलर
(3) लैंडिंग रेखा
(4) तिपाई (कैमरा स्टैंड)
(5) अनुत्तरित प्रश्न

149. प्रकार या छवियों को इस प्रकार रखना कि वे या तो क्षैतिज या लंबवत् रूप से पंक्तिबद्ध हों, उसको क्या कहते हैं ?

- (1) संरेखण (2) परिवर्तक
(3) विचरक (ब्राउजर) (4) प्रसार रूलिंग
(5) अनुत्तरित प्रश्न

150. फिल्टर जो आपको केवल एक तल में कंपन करने वाले प्रकाश के माध्यम से अनुमति देता है, गैर-धातु सतहों से परावर्तन को कम करने के लिए भी इस्तेमाल किया जा सकता है -

- (1) लाइट बॉक्स (2) पोलराइजर
(3) चमक (फ्लैर) (4) मैजिक वांड
(5) अनुत्तरित प्रश्न

146. One can view your emerging pages (designed pages) on a browser such as _____ without going online.

Fill in the blank.

- (1) Websteel (2) Netscape
(3) QuarkXPress (4) CorelNet
(5) Question not attempted

147. What is the primary goal of "user testing" in web design ?

- (1) To create transitions.
(2) To optimize website performance.
(3) To analyze user interactions and gather feedback.
(4) To design a visually appealing website.
(5) Question not attempted

148. When shooting landscapes, its easier to keep the camera leveled if you use a :

- (1) Zoom lens
(2) Ruler
(3) Lending line
(4) Tripod (camera stand)
(5) Question not attempted

149. Placing type or images so that they line up either horizontally or vertically is called as ?

- (1) Alignment (2) Converter
(3) Browser (4) Diffusion ruling
(5) Question not attempted

150. Filter that lets you through only light vibrating in one plane, can also be used to reduce reflections from non-metallic surfaces is -

- (1) Light box (2) Polarizer
(3) Flare (4) Magic wand
(5) Question not attempted

रफ कार्य के लिए स्थान / SPACE FOR ROUGH WORK

1. $\frac{1}{2} + \frac{1}{3} = \frac{3}{6} + \frac{2}{6} = \frac{5}{6}$	2. $\frac{1}{4} + \frac{1}{5} = \frac{5}{20} + \frac{4}{20} = \frac{9}{20}$	3. $\frac{1}{6} + \frac{1}{8} = \frac{4}{24} + \frac{3}{24} = \frac{7}{24}$
4. $\frac{1}{10} + \frac{1}{15} = \frac{3}{30} + \frac{2}{30} = \frac{5}{30} = \frac{1}{6}$	5. $\frac{1}{12} + \frac{1}{18} = \frac{3}{36} + \frac{2}{36} = \frac{5}{36}$	6. $\frac{1}{20} + \frac{1}{25} = \frac{5}{100} + \frac{4}{100} = \frac{9}{100}$
7. $\frac{1}{30} + \frac{1}{40} = \frac{4}{120} + \frac{3}{120} = \frac{7}{120}$	8. $\frac{1}{45} + \frac{1}{60} = \frac{4}{180} + \frac{3}{180} = \frac{7}{180}$	9. $\frac{1}{60} + \frac{1}{75} = \frac{5}{300} + \frac{4}{300} = \frac{9}{300} = \frac{3}{100}$
10. $\frac{1}{80} + \frac{1}{100} = \frac{5}{400} + \frac{4}{400} = \frac{9}{400}$	11. $\frac{1}{90} + \frac{1}{120} = \frac{4}{360} + \frac{3}{360} = \frac{7}{360}$	12. $\frac{1}{100} + \frac{1}{150} = \frac{3}{300} + \frac{2}{300} = \frac{5}{300} = \frac{1}{60}$
13. $\frac{1}{120} + \frac{1}{180} = \frac{3}{360} + \frac{2}{360} = \frac{5}{360} = \frac{1}{72}$	14. $\frac{1}{150} + \frac{1}{200} = \frac{4}{600} + \frac{3}{600} = \frac{7}{600}$	15. $\frac{1}{180} + \frac{1}{240} = \frac{4}{720} + \frac{3}{720} = \frac{7}{720}$
16. $\frac{1}{200} + \frac{1}{300} = \frac{3}{600} + \frac{2}{600} = \frac{5}{600} = \frac{1}{120}$	17. $\frac{1}{240} + \frac{1}{360} = \frac{3}{720} + \frac{2}{720} = \frac{5}{720} = \frac{1}{144}$	18. $\frac{1}{300} + \frac{1}{400} = \frac{4}{1200} + \frac{3}{1200} = \frac{7}{1200}$
19. $\frac{1}{360} + \frac{1}{480} = \frac{2}{960} + \frac{2}{960} = \frac{4}{960} = \frac{1}{240}$	20. $\frac{1}{400} + \frac{1}{500} = \frac{5}{2000} + \frac{4}{2000} = \frac{9}{2000}$	21. $\frac{1}{450} + \frac{1}{600} = \frac{4}{1800} + \frac{3}{1800} = \frac{7}{1800}$
22. $\frac{1}{500} + \frac{1}{750} = \frac{3}{1500} + \frac{2}{1500} = \frac{5}{1500} = \frac{1}{300}$	23. $\frac{1}{600} + \frac{1}{900} = \frac{3}{1800} + \frac{2}{1800} = \frac{5}{1800} = \frac{1}{360}$	24. $\frac{1}{720} + \frac{1}{1080} = \frac{3}{2160} + \frac{2}{2160} = \frac{5}{2160} = \frac{1}{432}$
25. $\frac{1}{840} + \frac{1}{1400} = \frac{5}{2100} + \frac{3}{2100} = \frac{8}{2100} = \frac{4}{1050}$	26. $\frac{1}{900} + \frac{1}{1350} = \frac{3}{2700} + \frac{2}{2700} = \frac{5}{2700} = \frac{1}{540}$	27. $\frac{1}{1000} + \frac{1}{1500} = \frac{3}{3000} + \frac{2}{3000} = \frac{5}{3000} = \frac{1}{600}$
28. $\frac{1}{1200} + \frac{1}{1800} = \frac{3}{3600} + \frac{2}{3600} = \frac{5}{3600} = \frac{1}{720}$	29. $\frac{1}{1500} + \frac{1}{2250} = \frac{3}{4500} + \frac{2}{4500} = \frac{5}{4500} = \frac{1}{900}$	30. $\frac{1}{1800} + \frac{1}{2700} = \frac{3}{5400} + \frac{2}{5400} = \frac{5}{5400} = \frac{1}{1080}$

