Number of Pages in Booklet : ...
पुस्तिका में पृष्ठों की संख्या : ...
Number of Questions in Booklet : 100
पुस्तिका में प्रश्नों की संख्या : 100

Serial No. of Booklet
पुस्तिका क्रमांक

# Visual Arts : Applied Arts
## Subject Code / विषय कोड - 13

Roll No. of Candidate/अभ्यर्थी का अनुक्रमांक : .....

OMR Serial Number/ओ. एम. आर. क्रमांक : .....

Signature of Candidate/अभ्यर्थी के हस्ताक्षर : .....

Date of Examination/परीक्षा तिथि : .....

Signature of Invigilator /वीक्षक के हस्ताक्षर : .....

**Time/समय : Two hours/ दो घण्टे** **Maximum Marks/पूर्णांक : 100**

### INSTRUCTIONS

1. Answer all questions.
2. All questions carry equal marks.
3. In this booklet, the questions from serial no. 01 to serial no. 100 are subject specific.
4. Each question has four alternatives marked as (A), (B), (C), (D).
5. Choose only one alternative as an answer of a question.
6. If more than one answer is marked, then it will be treated as wrong answer.
7. Candidate has to darken only one circle indicating the correct answer on the OMR sheets by using **BLUE / BLACK BALL POINT PEN.**
8. There is no provision of **Negative marking.**
9. Carrying Mobile phone in the examination hall is strictly prohibited. If any objectionable material is also found, then action will be taken as per University norms.
10. Please fill your Roll No. and other information carefully on OMR sheet. In case of any mistake on OMR sheet, candidate will be responsible.
11. If there is any difference between English and Hindi version of questions, then English version shall be correct.

### निर्देश

1. सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिये।
2. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।
3. इस प्रश्न पुस्तिका में क्रमांक 1 से क्रमांक 100 तक के प्रश्न विषय से संबंधित हैं।
4. प्रत्येक प्रश्न के चार वैकल्पिक उत्तर हैं जिन्हें क्रमशः (A), (B), (C), (D) से अंकित किया गया हैं।
5. प्रत्येक प्रश्न का केवल एक विकल्प उत्तर के रूप में चुनिये।
6. एक से अधिक उत्तर देने की दशा में प्रश्न का उत्तर गलत माना जाएगा।
7. अभ्यर्थी को सही उत्तर हेतु केवल एक गोले को ओ.एम. आर. शीट पर **नीले/काले बॉल प्वाइंट पेन** से गहरा करना हैं।
8. **नकारात्मक अंक** प्रदान करने का कोई प्रावधान नहीं हैं।
9. मोबाइल फोन का परीक्षा हॉल में लाना पूर्णतया निषिद्ध हैं। साथ ही कोई भी अन्य वर्जित सामग्री मिलने पर विश्वविद्यालय के नियमानुसार कार्यवाही होगी।
10. अभ्यर्थी अपना रोल नम्बर एवं अन्य जानकारियाँ ओ.एम. आर. शीट पर सावधानी से भरें। ओ.एम.आर. शीट पर कोई भी त्रुटि होने पर उसका पूर्ण दायित्व अभ्यर्थी का होगा।
11. यदि प्रश्नों के हिन्दी और अंग्रेजी रूपान्तरणों के मध्य किसी प्रकार का फर्क पाया जाता है, तब अंग्रेजी रूपान्तरण को ही सही माना जाएगा।

1. Who of the following is a noted violinist ?

(A) Dr. L. Subramaniam

(B) Dr. Bhudev Pandey

(C) Dr.S. Bhandari

(D) Pulela Gopichand

2. Chandra Prabha wild life sanctuary is located in :

(A) Uttar Pradesh

(B) Himachal Pradesh

(C) West Bengal

(D) Kerala

3. Vikram Sarabhai was a noted :

(A) Scientist (B) Economist

(C) Writer (D) Flute player

4. Article 356 of Indian Constitution pertains to :

(A) Failure of Constitutional machinery in state

(B) Declaration of War

(C) Restriction on fundamental rights

(D) Financial emergency

5. A train passes a station platform in 36 seconds and a man standing on the platform in 20 seconds. If the train runs at the speed of 54 kilometer/hour then the length of the plateform in meter is :

(A) 400 (B) 200

(C) 180 (D) 240

1. निम्नलिखित में से प्रसिद्ध वायलिन वादक हैं :

(A) डॉ. एल. सुब्रमण्यम

(B) डॉ. भूदेव पांडे

(C) डॉ. एस. भंडारी

(D) पुलेला गोपीचंद

2. चंद्रप्रभा वन्य जीव अभयारण्य स्थित है :

(A) उत्तर प्रदेश में

(B) हिमाचल प्रदेश में

(C) पश्चिम बंगाल में

(D) केरल में

3. विक्रम साराभाई प्रसिद्ध :

(A) वैज्ञानिक थे (B) अर्थशास्त्री थे

(C) लेखक थे (D) बाँसुरी वादक थे

4. भारतीय संविधान के अनुच्छेद 356 का निम्न से सम्बंध है :

(A) राज्य में संवैधानिक व्यवस्था की विफलता

(B) युद्ध की घोषणा

(C) मूलाधिकारों पर नियंत्रण

(D) वित्तीय आपातकाल

5. 54 किलोमीटर प्रति घंटा वेग से गतिमान रेलगाड़ी स्टेशन प्लेटफॉर्म को 36 सेकण्ड्स में एवं प्लेटफॉर्म पर खड़े व्यक्ति को 20 सेकण्ड्स में पार करती है। प्लेटफॉर्म की लम्बाई मीटर में है :

(A) 400 (B) 200

(C) 180 (D) 240

6. If A = $x$% of y and B = $y$% of $x$. Then which of the following is true ?

(A) A is greater than B

(B) A is smaller than B

(C) A = B

(D) If $x$ is smaller than $y$, then A is smaller than $y$

7. The odd man out in the number series 8, 27, 64, 100, 125, 216 is :

(A) 8 (B) 27

(C) 100 (D) 216

8. Misspelt word is :

(A) DISCUSS (B) SERIES

(C) PRASSURE (D) ALIEN

9. Antonym of CURTAIL is :

(A) INCREASE (B) DECREASE

(C) DIMINISH (D) CURTAIN

10. Synonym of MAGNIFY is :

(A) ARGUMENT (B) AUGMENT

(C) ABRIDGE (D) REDUCE

6. यदि A = $y$ का $x$% तथा B = $x$ का $y$%, तब निम्नलिखित में से सत्य है :

(A) A, B से बड़ा है

(B) A, B से छोटा है

(C) A = B

(D) यदि $x$, $y$ से छोटा है, तब A, B से छोटा है।

7. अंक अनुक्रम 8, 27, 64, 100, 125, 216 में बेमेल है :

(A) 8 (B) 27

(C) 100 (D) 216

8. वर्तनी की दृष्टि से अशुद्ध है :

(A) DISCUSS (B) SERIES

(C) PRASSURE (D) ALIEN

9. CURTAIL का विलोमार्थक है :

(A) INCREASE (B) DECREASE

(C) DIMINISH (D) CURTAIN

10. MAGNIFY का समानार्थक है :

(A) ARGUMENT (B) AUGMENT

(C) ABRIDGE (D) REDUCE

11. Any advertiser publishing an advertisement in one of the city newspaper would fall under _____ advertising.

(A) Local (B) Regional

(C) National (D) International

12. _____ advertising is must for recall.

(A) Pioneering (B) Competitive

(C) Print (D) Retentive

13. _____ is not a part of above the line media.

(A) Television (B) Radio

(C) Print (D) Direct mail

14. _____ is much effective when target group is limited.

(A) Brochures

(B) Hoardings

(C) Kiosk

(D) Point of Purchase

15. _____ is the process of communicating the value of a product or service to customers for the purpose of selling.

(A) Advertising (B) Marketing

(C) Promotion (D) Publicity

16. _____ is not the core concept of marketing.

(A) Need (B) Product

(C) Satisfaction (D) None of these

17. Consumer behaviour **does not** blend element form :

(A) Politics (B) Psychology

(C) Sociology (D) Economy

11. जब कोई विज्ञापनकर्त्ता शहर के समाचार पत्र में विज्ञापन प्रकाशित करता है, तो वह _____ विज्ञापन कहलाता है।

(A) स्थानीय (B) क्षेत्रीय

(C) राष्ट्रीय (D) अन्तर्राष्ट्रीय

12. _____ विज्ञापन याद करने के लिए जरूरी है :

(A) पायोनियरिंग (B) प्रतियोगी

(C) मुद्रण (D) रिटेन्टीव

13. _____ अबव द लाईन मीडिया का हिस्सा नहीं है।

(A) टेलीविजन (B) रेडियो

(C) प्रिन्ट (D) डाइरेक्ट मेल

14. _____ बहुत प्रभावी है जब लक्ष्य बाजार सीमित है।

(A) ब्रोशर

(B) होर्डिंग

(C) कियोस्क

(D) पाइंट ऑफ परचेज़

15. _____ बिक्री के प्रयोजन के लिये ग्राहक को उत्पाद या सेवा के मूल्य को संम्प्रेषित करने की प्रतिक्रिया है :

(A) विज्ञापन (B) विपणन

(C) प्रमोशन (D) प्रचार

16. _____ विपणन की मूल अवधारणा नहीं है।

(A) जरूरत (B) उत्पाद

(C) सम्तुष्टि (D) इनमें से कोई नहीं

17. उपभोक्ता व्यवहार में _____ तत्व **नहीं** होता।

(A) राजनीति (B) मनोविज्ञान

(C) समाजशास्त्र (D) अर्थव्यवस्था

18. _____ is not a personal factor affecting Consumer Behaviour.

(A) perception (B) lifestyle

(C) occupation (D) age

19. Market survey is a _____ strategy that involves dividing a broad target market into subsets of consumers who have common needs.

(A) Advertising (B) Promotional

(C) Distribution (D) Marketing

20. Demographic segmentation includes :

(A) state (B) age

(C) attitude (D) interest

21. Name of the company which is always written in certain specified manner which becomes its identity is called _____.

(A) Monogram (B) Symbol

(C) Logo type (D) None of above

22. The most ancient script of world is _____.

(A) Brahmi (B) Kutila

(C) Sharda (D) Devnagari

23. Joseph Niepce of france prepared the printing plate of _____.

(A) Silver (B) Bronze

(C) Copper (D) Brass

18. _____ वह व्यक्तिगत कारण नहीं है जो उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करे।

(A) धारणा (B) जीवनशैली

(C) व्यवसाय (D) उम्र

19. बाजार सर्वेक्षण एक _____ रणनीति हैं जिसमें उपभोक्ता के सबसेट (समूह) में एक व्यापक लक्ष्य बाजार को विभाजित किया जाता है।

(A) विज्ञापन (B) प्रचार

(C) वितरण (D) विपणन

20. जनसांख्यिकीय शमन में शामिल है।

(A) राज्य (B) उम्र

(C) रवैया (D) रूचि

21. कम्पनी का नाम जो हमेशा कुछ निर्दिष्ट तरीके से लिखा जाता है, जो अपनी एक पहचान बना लेता है, उसे _____ कहते है।

(A) नाम चिन्ह (B) प्रतीक

(C) लोगो टाइप (D) इनमें से कोई नहीं

22. विश्व की सबसे प्राचीन लिपि _____ है।

(A) ब्राहमी (B) कुटीला

(C) शारदा (D) देवनागरी

23. फ्राँस के जोसफ निप्से ने मुद्रण प्लेट _____ से बनायी थी।

(A) चाँदी (B) काँसा

(C) ताँबा (D) पीतल

24. The first advertisement was telecasted on Doordarshan in _____.

(A) 1975 (B) 1989

(C) 1985 (D) 1976

25. First Photography negative was prepared by William Henry Fox Talbolt in the year _____.

(A) 1835 (B) 1840

(C) 1845 (D) 1850

26. _____ was the first Indian film actress to endorse the product Lux.

(A) Hema Malini (B) Leela Chitnis

(C) Zenat Aman (D) Perveen Bobby

27. Mc. Can Ericson India Ltd. is situated at :

(A) Mumbai (B) Delhi

(C) Kolkata (D) Chennai

28. _____ is the first Indian satellite channal.

(A) Sony (B) Star

(C) Zee (D) Sab

29. PSA stands for _____ service advertising.

(A) Product (B) Public

(C) Promotion (D) Price

30. _____ wrote "Reality in Advertising."

(A) David Ogilvy (B) Rosser Reeves

(C) Chris Ja eques (D) Maslow

24. दूरदर्शन पर प्रथम विज्ञापन का प्रसारण सन् _____ में हुआ था।

(A) 1975 (B) 1989

(C) 1985 (D) 1976

25. विलीयम हेनरी फॉक्स टेलबॉल्ट ने पहला फोटोग्राफी नेगेटिव सन् _____ में बनाया था।

(A) 1835 (B) 1840

(C) 1845 (D) 1850

26. _____ लक्स की समर्थन करने वाली पहली फिल्म अभिनेत्री कौन थी।

(A) हेमा मालिनी (B) लीला चिटनिस

(C) जीनातमान (D) परवीन बॉबी

27. मेक कैन एरिकसन इंडिया लिमिटेड _____ में है।

(A) मुम्बई (B) दिल्ली

(C) कोलकता (D) चेन्नई

28. _____ भारत का पहला उपग्रह चैनल है :

(A) सोनी (B) स्टार

(C) जी (D) सब

29. पी.एस.ए. _____ सेवा विज्ञापन कहलाता है :

(A) उत्पाद (B) जन

(C) उन्नति (D) मूल्य

30. _____ ने रियल्टी ऑफ एडवरटाइजिंग लिखी।

(A) डेविड ऑग्लवी (B) रोज़र रीव

(C) क्रिस जा क्वीज़ (D) मास्लो

31. Which soft drink established itself different from Coca Colas ?

(A) Sprite (B) Mountain Dew

(C) 7 Up (D) Limca

32. _____ advertising tries to establish a competitive advantage while advertising their brands.

(A) Industrial (B) Consumer

(C) Product (D) Financial

33. Unique selling proposition of Dettol is _____.

(A) Washes away the germs

(B) Clean and hygienic

(C) 100% bath

(D) A healthy soap

34. In the tourism industry Kerala is marketed as :

(A) God's own country

(B) Heritage city

(C) Orange city

(D) Mango city

35. Every Little Help is famous marketing campaign of :

(A) Philips (B) Sony

(C) Videocon (D) Tesco

36. Set of benefits that a company offers to its customers for satisfying their need is known as _____.

(A) Product proposition

(B) Value proposition

(C) Price proposition

(D) None of these

31. किस पेय पदार्थ ने अपनी स्थापना कोका कोला से अलग की ?

(A) स्प्राइट (B) माउन्टएन डीयू

(C) सैवन अप (D) लिम्का

32. _____ विज्ञापन अपने ब्रान्ड की स्थापना करते समय एक प्रतिस्पर्धात्मक लाभ स्थापित करने की कोशिश करता है।

(A) औद्योगिक (B) उपभोक्ता

(C) उत्पाद (D) वित्तीय

33. _____ डिटोल का अद्वितीय बिक्री प्रस्ताव है।

(A) कीटाणुओं दूर भगाना

(B) साफ और स्वस्थ

(C) सौ प्रतिशत स्नान

(D) एक स्वस्थ साबुन

34. पर्यटन उद्योग में केरल को _____ के रूप में विपणन किया जाता है।

(A) गोडस् ओन कंटरी

(B) हेरी सिटी

(C) ऑरेंज सिटी

(D) मैंगो सिटी

35. एवरी लिट्ल् हेल्प _____ का प्रसिद्ध विपणन अभियान है।

(A) फीलिप्स (B) सोनी

(C) विडीयोकान (D) टेस्को

36. अपने ग्राहकों की ज़रूरतों को पूरा करने के लिये जब एक कम्पनी लाभ प्रदान करती है तो उन्हे कहते है।

(A) उत्पाद प्रस्ताव

(B) मूल्य प्रस्ताव

(C) जरूरत प्रस्ताव

(D) इसमें से कोई नहीं

37. In marketing QSP stands for :

(A) Quality, Service and Price

(B) Quality, Service and Product

(C) Quality, Sales and Product

(D) Quality, Sales and Price

38. As per the production concept, business concentrates on _____.

(A) High product efficiency

(B) Low cost

(C) Mass distribution

(D) All of the above

39. Services does not result in _____ of anything.

(A) Buying (B) Ownership

(C) Selling (D) Marketing

40. _____ means identifying potential customers.

(A) Quality (B) Quantity

(C) Prospecting (D) Demography

41. Customer decides to become regular user in _____ stage.

(A) Awareness (B) Interest

(C) Evaluation (D) Adoption

42. What is most common form of agency structure ?

(A) Digital (B) Boutique

(C) Integrated (D) Full service

37. विपणन में QSP_____ होता है।

(A) क्वालिटी, सर्विस और प्राइस

(B) क्वालिटी, सर्विस और प्रोडक्ट

(C) क्वालिटी, सेल्स और प्रोडक्ट

(D) क्वालिटी, सेल्स और प्राइस

38. उत्पादन अवधारणा के अनुसार व्यापार _____ पर ध्यान केन्द्रित करता है।

(A) उच्च उत्पाद दक्षता

(B) कम लागत

(C) जन वितरण

(D) इनमें से सभी

39. सेवाओं से किसी भी चीज की _____ नहीं मिलता।

(A) खरीदना (B) स्वामित्व

(C) बेचना (D) विपणन

40. _____ का मतलब है संभावित ग्राहकों की पहचान करना।

(A) गुणवत्ता (B) मात्रा

(C) ढूँढना (D) जनसांख्यिकी

41. ग्राहक _____ चरण में नियमित उपयोगकर्ता बनने को फैसला करता है।

(A) जागरूकता (B) दिलचस्पी

(C) मूल्यांकन (D) अभिग्रहण

42. एजेन्सी संरचना का सबसे आम रूप क्या है?

(A) डिजीटल (B) बुटीक

(C) इंटीग्रटीड (D) फुल सर्विस

43. _____ is father of Modern Advertising.

(A) Bill Bernbach

(B) Martin Sorrel

(C) David Ogilvy

(D) John Hegarty

44. _____ is not recognized method of setting advertising budget.

(A) Percentage of gross margin

(B) Share of market

(C) Competitive parity

(D) None of these

45. _____ is the creative director of Redifusion.

(A) Jaideep Mahajan

(B) Prahalad Kakkar

(C) Prasoon Joshi

(D) Piyush Pandey

46. The organization that make use of product concept focus on _____.

(A) Quality performance

(B) Low cost

(C) Mass distribution

(D) All of the above

47. The original name of nike was _____.

(A) Blue Ribbon Sports

(B) Red Ribbon Sports

(C) Blue and Red Ribbon Sports

(D) Orange Ribbon Sports

43. _____ को आधुनिक विज्ञापन का पिता कहा जाता है।

(A) बिल बर्नबेक

(B) मार्टिन सारेल

(C) डेविड ओगिल्वी

(D) जान हगर्टी

44. _____ को विज्ञापन बजट को स्थापित करने की मान्यता प्राप्त नहीं है।

(A) सकल मार्जिन का प्रतिशत

(B) बाजार का हिस्सा

(C) प्रतिस्पर्धी समता

(D) इनमें से कोई नहीं

45. _____ रीडिफ्यूज़न के रचनात्मक निर्देशक हैं।

(A) जयदीप महाजन

(B) प्रहलाद ककड़

(C) प्रसून जोशी

(D) पीयूष पाण्डे

46. जो संगठन उत्पाद अवधारणा का उपयोग करता है, वह _____ पर ध्यान केंद्रित करता है।

(A) गुणवत्ता का प्रदर्शन

(B) कम लागत

(C) जन वितरण

(D) इनमें से सभी

47. नाईकी का मूल नाम _____ था।

(A) ब्लू रिबिन स्पोर्टस्

(B) रेड रिबिन स्पोर्टस्

(C) ब्लू एण्ड रेड रिबिन स्पोर्टस्

(D) ओरेंज रिबिन स्पोर्टस्

48. "Never settle for the best" is the Philosophy of _____.

(A) Google (B) Yahoo

(C) Microsoft (D) e-Bay

49. Consumer contest is an example of _____.

(A) Personal selling

(B) Sales promotion

(C) Advertisement

(D) Indirect selling

50. AIDA stands for awareness _____ desire and action.

(A) Idea (B) Intensity

(C) Interest (D) Involvement

51. _____ is measure of attachment that a customer has to a brand.

(A) Brand loyalty

(B) Brand association

(C) Brand equity

(D) Brand awareness

52. _____ is non paid form of Promotion.

(A) Advertising

(B) Direct marketing

(C) Sales promotion

(D) Publicity

48. "नैवर सेटल फॉर द् बेस्ट" _____ की फीलोसफी है।

(A) गूगल (B) याहू

(C) माइक्रोसॉफ्ट (D) इ बे

49. उपभोक्ता प्रतियोगिता _____ का उदाहरण है।

(A) व्यक्तिगत बेचना

(B) बिक्री अभिवृद्धि

(C) विज्ञापन

(D) अप्रत्यक्ष बिक्री

50. AIDA का पूर्ण नाम है। अवेयरनेस _____ डीज़ायर और एक्शन।

(A) आइडिया (B) इन्टेन्सीटि

(C) इन्टेरेस्ट (D) इन्वोल्वमेन्ट

51. _____ से पता चलता है कि ग्राहक ब्राँड से जुड़ाव है।

(A) ब्राँड वफादारी

(B) ब्राँड से ताल्लुक

(C) ब्राँड इक्विटी

(D) ब्राँड जागरूकता

52. _____ प्रमोशन का वह हिस्सा है जिसके भुगतान नहीं किया जाता।

(A) विज्ञापन

(B) प्रत्यक्ष विपणन

(C) बिक्री अभिवृद्धि

(D) प्रचार

53. Basic objective of push strategy is to encourage the _____.

(A) Consumer

(B) Middleman

(C) Producer

(D) Sale force

54. Advertisement aims at _____.

(A) Product selling

(B) Marketing

(C) Customer relation

(D) Mass communication

55. Advertising is an important source of revenue to _____.

(A) Advertiser (B) Public

(C) Media (D) Government

56. An ad copy that uses the endorsement of satisfied customer's _____.

(A) Comparative copy

(B) Reminder copy

(C) Expository copy

(D) Testimonial copy

57. Searching and identifying potential buyer for a product is _____.

(A) Selling (B) Prospecting

(C) Compelling (D) Attracting

53. पुश रणनीति का मूल उद्देश्य _____ को प्रोत्साहित करना है।

(A) उपभोक्ता

(B) बिचौलिया

(C) उत्पादक

(D) बिक्री बल

54. विज्ञापन का उद्देश्य _____ है।

(A) उत्पाद बेचना

(B) विपणन

(C) ग्राहक संबंध

(D) जन संचार

55. विज्ञापन _____ के लिये राजस्व का एक महत्वपूर्ण स्रोत है।

(A) विज्ञापनदाता (B) जनता

(C) मीडिया (D) सरकार

56. विज्ञापन में उपयोग करती है। उसे _____ कहते हैं।

(A) तुलनात्मक प्रति

(B) अनुस्मारक प्रति

(C) अर्थ प्रकाशक प्रति

(D) गुणों का वर्ण पत्र प्रति

57. उत्पाद के लिये संभावित खरीददार की खोज और पहचान करने को _____ कहते है।

(A) बेचना (B) प्रोस्पेक्टिंग

(C) सम्मोहक (D) आकर्षण

SPACE FOR ROUGH WORK / रफ कार्य के लिये जगह

SEAL

SPACE FOR ROUGH WORK / रफ कार्य के लिये जगह

63. Promotion Mix includes sales promotion, personal selling advertising and _____.

(A) Marketing (B) Sales
(C) Publicity (D) None of these

64. _____ is not the primary objective of advertising.

(A) to inform (B) to persuade
(C) to remind (D) to make profits

65. Products that are bought without detailed comparison are classified as _____ products.

(A) Shopping (B) Speciality
(C) Luxury (D) Convenient

66. Product quality level is considered as part of _____.

(A) Actual Product
(B) Augumented product
(C) Customer product
(D) None of these

67. Airlines and home repairers are classified as:

(A) Product (B) Service
(C) Distribution (D) None of these

68. Marketer seeks a response, a purchase, a vote, an attention from _____ .

(A) Prospect (B) Seller
(C) Firm (D) Management

69. Industrial products are classified on the basis of types of _____.

(A) Customers (B) Usage
(C) Quantity (D) Positioning

70. _____ is the activity of producing advertisement for commercial products or service.

(A) Advertising (B) Marketing
(C) Personal selling (D) Sales promotion

-oOo-

63. संवर्धन मिश्रण में बिक्री संवर्धन, व्यक्तिगत बिक्री, विज्ञापन और _____ शामिल होते है।

(A) विपणन (B) बिक्री
(C) प्रचार (D) इनमें से कोई नहीं

64. _____ विज्ञापन का प्राथमिक उद्देश्य नहीं है।

(A) सूचित करना (B) मनाना
(C) याद दिलाना (D) लाभ बनाना

65. जो उत्पाद बिना विस्तृत तुलना के लाये जाते है उन्हें _____ उत्पाद के रूप में वर्गीकृत किया जाता है।

(A) खरीदारी (B) विशेष
(C) विलासिता (D) सुविधाजनक

66. जो उत्पाद गुणवत्ता स्तर को _____ का हिस्सा माना जाता है।

(A) वास्तविक उत्पाद
(B) संवर्धित उत्पाद
(C) ग्राहक उत्पाद
(D) इनमें से कोई नहीं

67. एअरलाइंस और होम रीपेयरर्स _____ का हिस्सा है।

(A) उत्पाद (B) सेवा
(C) वितरण प्रवाह (D) इनमें से कोई नहीं

68. बाजारिया _____ में एक प्रतिक्रिया, खरीदारी, वोट और ध्यान की तलाश करता है।

(A) प्रोस्पेक्ट (B) विक्रेता
(C) फर्म (D) प्रबंध

69. औद्योगिक उत्पादों को _____के प्रकार के आधार पर वर्गीकृत किया जाता है।

(A) ग्राहक (B) प्रयोग
(C) मात्रा (D) स्थिती

70. व्यवसायिक उत्पादों या सेवाओं के लिये विज्ञापन बनाने की गतिविधि को _____ कहते है।

(A) विज्ञापन (B) विपणन
(C) व्यक्तिगत बिक्री (D) बिक्री अभिवृद्धि

-oOo-

58. Aishwarya Rai Bachchan endorsing L'oreal is an example of _____ appeal.

(A) Rational (B) Beauty

(C) Sex (D) Emotional

59. _____ advertising is used when introducing new product.

(A) Persuasive (B) Inferential

(C) Reminder (D) Informative

60. Selection of cost-effective medium in advertising is media _____.

(A) Buying (B) Scheduling

(C) Purchasing (D) Selection

61. The process of purchasing space in a media is _____.

(A) Media spacing

(B) Media scheduling

(C) Media purchasing

(D) Media Buying

62. _____ is a pull strategy.

(A) Trade Promotion

(B) Consumer Promotion

(C) Sales Force Promotion

(D) None of these

58. ऐश्वर्या राय बच्चन लोरियल का जो समर्थन कर रहीं है वह _____ अपील का उदाहरण है।

(A) तर्क संगत (B) सुन्दरता

(C) सेक्स (D) भावुक

59. नया उत्पाद शुरू करने के लिये _____ विज्ञापन का उपयोग किया जाता है।

(A) प्रेरक (B) आनुमानिक

(C) अनुस्मारक (D) जानकारीपूर्ण

60. विज्ञापन में लागत प्रभावी माध्यम का चयन मीडिया _____ कहलाता है।

(A) खरीदना (B) शेड्यूलिंग

(C) क्रय (D) चयन

61. मीडिया में जगह खरीदने की प्रक्रिया को _____ कहते है।

(A) मीडिया रिक्ति

(B) मीडिया शेड्यूलिंग

(C) मीडिया क्रय

(D) मीडिया खरीदना

62. _____ पुल रणनीति है :

(A) व्यापार संवर्धन

(B) ग्राहक संवर्धन

(C) बिक्रि बल संवर्धन

(D) इनमें से कोई नहीं