

This question paper contains 12 printed pages.

003739

SEC-64T-207

**B.A./B.Sc./B.Com. Three/Four Year (Semester - IV) EXAMINATION
SESSION 2024-25 (Held in Jul. 2025)**

(Also Common to All other Undergraduate Programme under Arts/Fine-Arts/
Commerce/Science/Social Science Faculty for Regular Students)

(Skill Enhancement Courses)

Digital Marketing

Roll No. (In figures) : 117771

रोल नम्बर (अंकों में) :

Roll Number (in words) :

रोल नम्बर (शब्दों में) :

OMR Answer Sheet Serial Number : 3076740

OMR उत्तर शीट का क्रमांक :

Invigilator's Signature

परिवीक्षक के हस्ताक्षर

Time : 1 Hour

समय : 1 घंटा

Maximum Marks : 40

अधिकतम अंक : 40

Write your roll number on question paper before start writing answer of questions.

प्रश्नों के उत्तर लिखने से पूर्व – प्रश्न-पत्र पर रोल नम्बर अवश्य लिखिए।

GENERAL INSTRUCTIONS / सामान्य अनुदेश

1. Attempt all the 40 questions. Each question carries 1 mark.

सभी 40 प्रश्न हल कीजिए। प्रत्येक प्रश्न 1 अंक का है।

2. Ensure that your question booklet has all the 40 questions. Defective booklets can be replaced within five minutes.

यह सुनिश्चित कर ले कि आपके प्रश्न-पुस्तिका में सभी 40 प्रश्न हैं। यदि पुस्तिका त्रुटिपूर्ण है, तो उसे पांच मिनट के भीतर परिवर्तित किया जा सकता है।

3. Carefully read the instructions provided on the question booklet and OMR sheet before starting your answers. Use a blue or black ballpoint pen to fill all entries.

उत्तर देने से पूर्व, प्रश्न पुस्तिका और OMR शीट पर दिए गए निर्देशों को ध्यान से पढ़िये। सभी प्रविष्टियों को नीले या काले बॉल पॉइंट पेन से भरें।

4. Choose the best answer and darken the corresponding circle (A,B,C or D) on the OMR sheet with black/blue ballpoint pen. Answers written in the question booklet will not be evaluated.
सर्वश्रेष्ठ संभावित उत्तर का चयन करें और OMR शीट पर उस प्रश्न के लिए संबंधित वृत्त (A,B,C या D) नीले/काले बॉल पॉइंट पेन से गहरा करें। प्रश्न-पुस्तिका में लिखे गए उत्तरों का मूल्यांकन नहीं किया जाएगा।
5. If there is any difference between the English and Hindi versions, the English version will be considered correct.
अंग्रेजी और हिंदी संस्करण में कोई भिन्नता होने पर, अंग्रेजी संस्करण को सही माना जाएगा।
6. Darkening more than one circle for a question will be considered as a wrong answer. Once an answer is written, it should not be changed.
एक से अधिक वृत्त को गहरा करना गलत उत्तर के रूप में माना जाएगा। इसलिए, एक बार लिखा गया उत्तर बदल नहीं चाहिए।
7. No marks will be deducted for questions not attempted or answered incorrectly.
प्रश्न न करने या गलत उत्तर देने पर कोई अंक नहीं काटा जाएगा।
8. Do not make any stray marks on the OMR answer sheet. Do not fold the OMR answer sheet. Rough work must be done on the blank sheet provided with the question booklet.
OMR उत्तर-पत्र पर कोई भी पहचान चिह्न न लगायें। OMR उत्तर-पत्र को न मोड़ें। रफ कार्य को प्रश्न-पुस्तिका साथ प्रदान किए गए खाली पत्र पर ही करें।
9. The OMR answer-sheet will be collected from you at your seat by the invigilator at the end of the examination. No one will be allowed to leave their seat unless they have handed over the OMR answer sheet to the invigilator.
परीक्षा के अन्त में OMR उत्तर-पत्र को आपकी सीट से परीक्षाधीक्षक द्वारा संग्रहीत किया जाएगा। कोई भी व्यक्ति सीट से नहीं उठ सकता जब तक कि वह अपना OMR उत्तर-पत्र परीक्षाधीक्षक को हस्तांतरित नहीं कर देता।
10. Any candidate found removing pages from the booklet will be disqualified and may be prosecuted according to university rules.
किसी भी उम्मीदवार को प्रश्न-पुस्तिका से पन्ने हटाते पाया गया तो उसे परीक्षा के अयोग्य माना जाएगा तथा विश्वविद्यालय के नियमों के अनुसार कानूनी कार्यवाही की जायेगी।
11. Using unfair means for copying or writing down questions from the booklet will disqualify the candidate from the examination.
किसी भी अनुचित साधनों का उपयोग करने या प्रश्न पुस्तिका से प्रश्न लिखने या कॉपी करने की स्थिति में उम्मीदवार को परीक्षा से अयोग्य माना जाएगा।
12. Mobile phones, calculators, or any electronic devices are not allowed in the examination hall.
मोबाइल फोन, कैलकुलेटर या किसी भी ऐसी इलेक्ट्रॉनिक उपकरण का परीक्षा कक्ष में रखने की अनुमति नहीं है।
13. Any complaints against the questions in the booklet should be submitted to the Centre Superintendent immediately after the examination.
प्रश्न-पुस्तिका में किसी प्रश्न से सम्बंधित यदि कोई शिकायत हो, तो उसे परीक्षा के बाद केंद्र अधीक्षक को लिखित शिकायत कीजिए।
14. No candidate will be allowed to leave the hall before the end of the examination.
किसी भी उम्मीदवार को परीक्षा पूर्ण होने से पूर्व हॉल छोड़ने की अनुमति नहीं होगी।

1. What is the primary goal of digital marketing?
 (A) Entertainment
 (B) Promotion
 (C) Education
 (D) Timepass
2. Which platform is an example of CRM?
 (A) Salesforce
 (B) Facebook
 (C) YouTube
 (D) WhatsApp
3. What is content marketing focused on?
 (A) Coding
 (B) Creating valuable content
 (C) Making ads only
 (D) SEO ranking
4. Traffic in digital marketing refers to?
 (A) Road traffic
 (B) Number of site visitors
 (C) Server crash
 (D) Email replies
5. CRM is used to manage:
 (A) Hardware
 (B) Customer relationships
 (C) Code repositories
 (D) Sales bills
6. SEO stands for:
 (A) Search Engine Optimization
 (B) System Exit Option
 (C) Site Email Offer
 (D) Search End Objective

1. डिजिटल मार्केटिंग का मुख्य उद्देश्य क्या है?
 (A) मनोरंजन
 (B) प्रचार
 (C) शिक्षा
 (D) समय व्यतीत
2. कौन सा प्लेटफॉर्म CRM का उदाहरण है?
 (A) सेल्सफोर्स
 (B) फेसबुक
 (C) यूट्यूब
 (D) व्हाट्सएप
3. सामग्री विपणन (Content Marketing) किस पर केंद्रित है?
 (A) कोडिंग
 (B) मूल्यवान सामग्री बनाना
 (C) केवल विज्ञापन बनाना
 (D) SEO रैंकिंग
4. डिजिटल मार्केटिंग में ट्रैफिक का क्या अर्थ है?
 (A) सड़क यातायात
 (B) साइट पर आने वाले विजिटर्स की संख्या
 (C) सर्वर क्रैश
 (D) ईमेल उत्तर
5. CRM का उपयोग किसे प्रबंधित करने के लिए किया जाता है?
 (A) हार्डवेयर
 (B) ग्राहक संबंध
 (C) कोड रिपोजिटरी
 (D) बिक्री बिल
6. SEO का पूर्ण रूप है:
 (A) सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन
 (B) सिस्टम एग्जिट ऑप्शन
 (C) साइट ईमेल ऑफर
 (D) सर्च एंड ऑब्जेक्टिव

7. Which of the following is a Google tool for SEO ? 7. निम्न में से कौन सा गूगल टूल SEO के लिए है?
- (A) Docs (A) डॉक्स
- (B) Keyword Planner (B) कीवर्ड प्लानर
- (C) Gmail (C) जीमेल
- (D) Blogger (D) ब्लॉगर
8. On-Page SEO includes: 8. ऑन-पेज SEO में शामिल है:
- (A) Social sharing (A) सोशल शेयरिंग
- (B) Keyword placement (B) कीवर्ड प्लेसमेंट
- (C) Paid ads (C) पेड ऐड्स
- (D) Email campaigns (D) ईमेल अभियान
9. What is Google Analytics used for ? 9. गूगल एनालिटिक्स का उपयोग किसके लिए किया जाता है?
- (A) Design (A) डिजाइन
- (B) Monitoring traffic (B) ट्रैफिक मॉनिटरिंग
- (C) Email sending (C) ईमेल भेजना
- (D) Buying domains (D) डोमेन खरीदना
10. Meta tags are used for ? 10. मेटा टैग्स का उपयोग किया जाता है:
- (A) Styling a website (A) वेबसाइट स्टाइलिंग
- (B) SEO (B) SEO
- (C) Changing domain name (C) डोमेन नाम बदलने
- (D) Hosting pages (D) पेज होस्टिंग
11. What does PPC stand for ? 11. PPC का क्या अर्थ है?
- (A) Pay Per Click (A) पे पर क्लिक
- (B) Paid Page Content (B) पेड पेज कंटेंट
- (C) Page Performance Control (C) पेज परफॉर्मेंस कंट्रोल
- (D) None (D) इनमें से कोई नहीं

12. What is the use of Google Ads ?
- (A) Content writing
(B) Paid advertisement
(C) Site analytics
(D) Social messaging
13. Conversion rate means:
- (A) Number of shares
(B) Number of site crashes
(C) Visitors who completed action
(D) Email Bounces
14. Which of these is not a digital marketing channel?
- (A) SEO
(B) Email
(C) Social Media
(D) Paper Advertisement
15. Email bounce rate shows:
- (A) Emails delivered successfully
(B) Emails not delivered
(C) Open rate
(D) Click-throughs
16. Which is NOT a part of social media marketing ?
- (A) Instagram Ads
(B) Twitter trends
(C) Google Drive
(D) Facebook promotions
12. गूगल ऐड्स का उपयोग किस लिए होता है?
- (A) कंटेंट लेखन
(B) भुगतान आधारित विज्ञापन
(C) साइट एनालिटिक्स
(D) सोशल मैसेजिंग
13. कन्वर्जन रेट का क्या अर्थ है:
- (A) शेयर की संख्या
(B) साइट क्रैश की संख्या
(C) वह विज़िटर जिन्होंने कार्य पूरा किया
(D) ईमेल बाउंस
14. निम्न में से कौन डिजिटल मार्केटिंग चैनल नहीं है?
- (A) SEO
(B) ईमेल
(C) सोशल मीडिया
(D) पेपर विज्ञापन
15. ईमेल बाउंस रेट दिखाता है:
- (A) सफलतापूर्वक डिलीवर ईमेल
(B) डिलीवर न होने वाले ईमेल
(C) ओपेन रेट
(D) क्लिक थ्रू
16. निम्न में से कौन सोशल मीडिया मार्केटिंग का हिस्सा नहीं है?
- (A) इंस्टाग्राम ऐड्स
(B) ट्विटर ट्रेंड्स
(C) गूगल ड्राइव
(D) फेसबुक प्रमोशन

17. Google AdSense is used for:

- (A) Showing ads on websites
- (B) Buying domains
- (C) Keyword research
- (D) Hosting blogs

18. CTR stands for:

- (A) Click Through Rate
- (B) Creative Tag Response
- (C) Content Traffic Rate
- (D) None

19. Which is an example of an email marketing tool?

- (A) Mailchimp
- (B) VLC Player
- (C) Google Docs
- (D) WordPress

20. Facebook Ads are mainly used for:

- (A) Blogging
- (B) Code sharing
- (C) Advertising to target audience
- (D) Writing posts only

21. What is affiliate marketing?

- (A) Promoting own products
- (B) Promoting others' products for a commission
- (C) Creating ads
- (D) Managing CRM

17. गूगल एंडसेंस का उपयोग होता है:

- (A) वेबसाइट पर विज्ञापन दिखाने के लिए
- (B) डोमेन खरीदने के लिए
- (C) कीवर्ड रिसर्च के लिए
- (D) ब्लॉग होस्टिंग के लिए

18. CTR का पूरा नाम क्या है?

- (A) क्लिक थ्रू रेट
- (B) क्रिएटिव टैग रिस्पॉन्स
- (C) कंटेंट ट्रैफिक रेट
- (D) कोई नहीं

19. ईमेल मार्केटिंग टूल का एक उदाहरण क्या है?

- (A) मेलचिंप
- (B) VLC प्लेयर
- (C) गूगल डॉक्स
- (D) वर्डप्रेस

20. फेसबुक ऐड्स का मुख्य उद्देश्य है:

- (A) ब्लॉगिंग
- (B) कोड शेयरिंग
- (C) लक्षित दर्शकों को विज्ञापन देना
- (D) केवल पोस्ट लिखना

21. एफिलिएट मार्केटिंग क्या है?

- (A) अपने उत्पादों का प्रचार
- (B) दूसरों के उत्पादों को कमीशन के लिए प्रचार करना
- (C) विज्ञापन बनाना
- (D) CRM प्रबंधन

22. A/B testing is used to:
- (A) Test new code
 - (B) Compare two versions of content .
 - (C) Backup emails
 - (D) Design banners
23. Which is a KPI in digital marketing ?
- (A) Click-through rate .
 - (B) Code efficiency
 - (C) Server uptime
 - (D) Internet speed
24. What is the function of a landing page ?
- (A) Home page .
 - (B) Collect leads or sales
 - (C) Contact page
 - (D) Sitemap
25. Which of these is used for keyword research ?
- (A) Canva
 - (B) Google Keyword Planner .
 - (C) Google Translate
 - (D) Adobe XD
26. What does bounce rate indicate ?
- (A) Number of email responses
 - (B) Percentage of users who leave site quickly /
 - (C) Page rank
 - (D) Server delay
22. A/B टेस्टिंग का उपयोग होता है:
- (A) नया कोड टेस्ट करने के लिए
 - (B) सामग्री के दो संस्करणों की तुलना करने के लिए
 - (C) ईमेल का बैकअप लेने के लिए
 - (D) बैनर डिज़ाइन करने के लिए
23. डिजिटल मार्केटिंग में KPI कौन सा है?
- (A) क्लिक-थ्रू रेट
 - (B) कोड दक्षता
 - (C) सर्वर अपटाइम
 - (D) इंटरनेट स्पीड
24. लैंडिंग पेज का कार्य क्या होता है?
- (A) होम पेज
 - (B) लीड या बिक्री प्राप्त करना
 - (C) संपर्क पृष्ठ
 - (D) साइटमैप
25. निम्न में से किसका उपयोग कीवर्ड रिसर्च के लिए किया जाता है?
- (A) कैनवा
 - (B) गूगल कीवर्ड प्लानर
 - (C) गूगल ट्रांसलेट
 - (D) एडोब XD
26. बाउंस रेट क्या दर्शाता है?
- (A) ईमेल प्रतिक्रियाओं की संख्या
 - (B) प्रतिशत उपयोगकर्ता जो साइट को तुरंत छोड़ देते हैं
 - (C) पेज रैंक
 - (D) सर्वर में देरी

27. In email marketing, CTA means:

- (A) Call to Action
- (B) Code to Activate
- (C) Campaign Track Algorithm
- (D) Content Tag Analysis

28. Which is a paid digital marketing technique?

- (A) SEO
- (B) PPC
- (C) Organic blog post
- (D) Social media sharing

29. Influencer marketing involves:

- (A) Bots posting content
- (B) Algorithms boosting content
- (C) Popular individuals promoting a brand
- (D) Spamming email lists

30. Which format is effective in email subject lines?

- (A) Too long sentences
- (B) Clear and concise lines
- (C) Random characters
- (D) HTML codes

31. Remarketing targets:

- (A) New users
- (B) Existing website visitors
- (C) Search engines
- (D) Google bots

27. ईमेल मार्केटिंग में CTA का मतलब है:

- (A) कॉल टू एक्शन
- (B) कोड टू एक्टिवेट
- (C) कैम्पेन ट्रैक एल्गोरिदम
- (D) कंटेंट टैग विश्लेषण

28. निम्न में से कौन भुगतान आधारित डिजिटल मार्केटिंग तकनीक है?

- (A) SEO
- (B) PPC
- (C) ऑर्गेनिक ब्लॉग पोस्ट
- (D) सोशल मीडिया शेयरिंग

29. इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग में शामिल है:

- (A) बॉट्स द्वारा सामग्री पोस्ट करना
- (B) एल्गोरिदम द्वारा सामग्री को बढ़ावा देना
- (C) प्रसिद्ध व्यक्तियों द्वारा ब्रांड का प्रचार
- (D) ईमेल सूचियों पर स्पैम भेजना

30. ईमेल विषय पंक्तियों में कौन सा फॉर्मेट प्रभावी होता है?

- (A) बहुत लंबे वाक्य
- (B) स्पष्ट और संक्षिप्त पंक्तियाँ
- (C) यादृच्छिक अक्षर
- (D) HTML कोड्स

31. रीमार्केटिंग किसे लक्षित करती है?

- (A) नए उपयोगकर्ता
- (B) मौजूदा वेबसाइट विजिटर
- (C) सर्च इंजन
- (D) गूगल बॉट्स

32. Which of these helps track digital ad performance?
- (A) Google sheets
(B) Google Ads Dashboard
(C) Excel
(D) Android Studio
33. Social media engagement includes:
- (A) Likes and shares
(B) Code commits
(C) Data logs
(D) Billing
34. Opt-in in email marketing means:
- (A) User consent
(B) Server opt-out
(C) Unsubscribed user
(D) Page loading
35. A blog is mainly used for:
- (A) CRM setup
(B) Informative content sharing
(C) Server management
(D) Email protocols
36. Responsive design ensures:
- (A) Good SEO
(B) Site adjusts on all devices
(C) Quick code testing
(D) Email alerts
37. Conversion funnel represents:
- (A) Web hosting Stages
(B) Customer journey stages
(C) Design architecture
(D) SEO structure
32. निम्न में से कौन डिजिटल विज्ञापन प्रदर्शन को ट्रैक करने में मदद करता है?
- (A) गूगल शीट्स
(B) गूगल ऐड्स डैशबोर्ड
(C) एक्सेल
(D) एंड्रॉइड स्टूडियो
33. सोशल मीडिया एंगेजमेंट में शामिल है:
- (A) लाइक और शेयर
(B) कोड कमिट्स
(C) डेटा लॉग्स
(D) बिलिंग
34. ईमेल मार्केटिंग में ऑप्ट-इन का अर्थ है:
- (A) उपयोगकर्ता की सहमति
(B) सर्वर से बाहर
(C) अनसब्सक्राइब्ड उपयोगकर्ता
(D) पेज लोडिंग
35. ब्लॉग का मुख्य उपयोग है:
- (A) CRM सेटअप
(B) जानकारी साझा करना
(C) सर्वर प्रबंधन
(D) ईमेल प्रोटोकॉल
36. रिस्पॉन्सिव डिज़ाइन सुनिश्चित करता है:
- (A) बेहतर SEO
(B) सभी डिवाइस पर साइट अनुकूल
(C) त्वरित कोड परीक्षण
(D) ईमेल अलर्ट
37. कन्वर्जन फनल किसे दर्शाता है?
- (A) वेब होस्टिंग चरण
(B) ग्राहक यात्रा के चरण
(C) डिज़ाइन आर्किटेक्चर
(D) SEO संरचना

38. UTM parameters help in:
- (A) Ad targeting
 - (B) Tracking campaign performance
 - (C) Email formatting
 - (D) Lead design
39. Which strategy improves engagement ?
- (A) Auto-replies
 - (B) Personalized content
 - (C) Popup ads
 - (D) Text-only sites
40. Analytics report helps in:
- (A) Designing logos
 - (B) Understanding user behavior
 - (C) Writing code
 - (D) File compression
38. UTM पैरामीटर किसमें मदद करते हैं?
- (A) विज्ञापन टारगेटिंग
 - (B) अभियान प्रदर्शन ट्रैकिंग
 - (C) ईमेल स्वरूपण
 - (D) लीड डिज़ाइन
39. कौन सी रणनीति सहभागिता में सुधार करती है?
- (A) ऑटो-रिप्लाय
 - (B) व्यक्तिगत सामग्री
 - (C) पॉपअप विज्ञापन
 - (D) केवल टेक्स्ट साइट
40. एनालिटिक्स रिपोर्ट किसमें मदद करती है?
- (A) लोगो डिज़ाइन करने में
 - (B) उपयोगकर्ता व्यवहार को समझने में
 - (C) कोड लिखने में
 - (D) फाइल कंप्रेशन में