

Question Booklet No. ....

(To be filled up by the candidate by *blue/black ball-point pen*)

Roll No. 

--	--	--	--	--	--	--	--

Roll No.

(Write the digits in words) .....

Serial No. of OMR Answer Sheet .....

Day and Date .....

(Signature of Invigilator)

### INSTRUCTIONS TO CANDIDATES

(Use only *blue/black ball-point pen* in the space above and on both sides of the Answer Sheet)

1. Within 10 minutes of the issue of the Question Booklet, check the Question Booklet to ensure that it contains all the pages in correct sequence and that no page/question is missing. In case of faulty Question Booklet bring it to the notice of the Superintendent/Invigilators immediately to obtain a fresh Question Booklet.
2. Do not bring any loose paper, written or blank, inside the Examination Hall *except the Admit Card without its envelope*.
3. A separate Answer Sheet is given. *It should not be folded or mutilated. A second Answer Sheet shall not be provided. Only the Answer Sheet will be evaluated.*
4. Write your *Roll Number and Serial Number of the Answer Sheet* by pen in the space provided above.
5. *On the front page of the Answer Sheet, write by pen your Roll Number in the space provided at the top, and by darkening the circles at the bottom. Also, wherever applicable, write the Question Booklet Number and the Set Number in appropriate places.*
6. No overwriting is allowed in the entries of Roll No., Question Booklet No. and Set No. (if any) on OMR sheet and also Roll No. and OMR sheet No. on the Question Booklet.
7. Any changes in the aforesaid entries is to be verified by the invigilator, otherwise it will be taken as unfair means.
8. Each question in this Booklet is followed by four alternative answers. *For each question, you are to record the correct option on the Answer Sheet by darkening the appropriate circle in the corresponding row of the Answer Sheet, by ball-point pen as mentioned in the guidelines given on the first page of the Answer Sheet.*
9. For each question, darken only one circle on the Answer Sheet. If you darken more than one circle or darken a circle partially, the answer will be treated as incorrect.
10. *Note that the answer once filled in ink cannot be changed.* If you do not wish to attempt a question, leave all the circles in the corresponding row blank (such question will be awarded zero marks).
11. For rough work, use the inner back page of the title cover and the blank page at the end of this Booklet.
12. Deposit *only the OMR Answer Sheet* at the end of the Test.
13. You are not permitted to leave the Examination Hall until the end of the Test.
14. If a candidate attempts to use any form of unfair means, he/she shall be liable to such punishment as the University may determine and impose on him/her.

[ उपर्युक्त निर्देश हिन्दी में अन्तिम आवरण-पृष्ठ पर दिये गये हैं। ]

Total No. of Printed Pages : 14



15P/256/17

No. of Questions : 50

प्रश्नों की संख्या : 50

Time : 1 Hour ]

[ Full Marks : 150

समय : 1 घण्टा ]

[ पूर्णांक : 150

**Note :** (i) Attempt as many questions as you can. Each question carries 3 (three) marks. *One mark will be deducted for each incorrect answer. Zero mark will be awarded for each unattempted question.*

अधिकाधिक प्रश्नों को हल करने का प्रयत्न करें। प्रत्येक प्रश्न 3 (तीन) अंक का है। प्रत्येक गलत उत्तर के लिए एक अंक काटा जायेगा। प्रत्येक अनुत्तरित प्रश्न का प्राप्तांक शून्य होगा।

(ii) If more than one alternative answers seem to be approximate to the correct answer, choose the closest one.

यदि एकाधिक वैकल्पिक उत्तर सही उत्तर के निकट प्रतीत हों, तो निकटतम सही उत्तर दें।

1. Choose the correct sense of organ which has maximum perceiving abilities :

(1) Tongue                      (2) Ear                      (3) Eye                      (4) Nose

सही सेंस ऑर्गन चुनिए जिसमें सबसे ज्यादा परसेपिंग एबीलीटीज है :

(1) जीभ                      (2) कान                      (3) आँख                      (4) नाक

2. Advertising creates :

(1) Competition                      (2) Brand Loyalty  
(3) Demand                      (4) Product Differentiation

एडवर्टाइजिंग क्रियेट करता है :

(1) कॉम्पिटिशन                      (2) ब्रांड लॉयल्टी  
(3) डिमाण्ड                      (4) प्रोडक्ट डिफरेंशिएशन

(1)

P. T. O.

3. Advertisements are aimed at :

- (1) Members of society (2) Markets  
(3) Advertising Agencies (4) All of the above

एडवर्टिजमेंट लक्ष्य करता है :

- (1) समाज के सदस्यों को (2) मार्केट को  
(3) एडवर्टाइजिंग एजेंसियों को (4) उपरोक्त सभी

4. Advertising adds value to products by adding to :

- (1) Time (2) Place  
(3) All of the above (4) Possession utility

विज्ञापन से प्रोडक्ट की वैल्यू बढ़ती है, निम्न जोड़ने से :

- (1) समय (2) स्थान  
(3) उपरोक्त सभी (4) पोजेशन यूटिलिटी

5. In Advertising, first stage through which a buyer passes :

- (1) Action (2) Awareness (3) Desire (4) Interest

एडवर्टाइजिंग में पहला चरण, जिससे एक क्रेता गुजरता है :

- (1) ऐक्शन (2) अवेयरनेस (3) डिजायर (4) इन्टरेस्ट

6. The aim of advertising is useful to :

- (1) Masses (2) An individual  
(3) Product (4) Advertisers

एडवर्टाइजिंग का लक्ष्य है उपयोगी होना :

- (1) मासेस के लिए (2) एक व्यक्ति के लिए  
(3) प्रोडक्ट के लिए (4) एडवर्टाइजर के लिए

7. "Tag line" is also known as :

- (1) Jaw line (2) Punch line (3) Fix line (4) Thin line

"टैग लाइन" को इस रूप में भी जाना जाता है :

- (1) जॉ लाइन (2) पंच लाइन (3) फिक्स लाइन (4) थिन लाइन

8. Who was the father of movable typography ?
- (1) William Caxton (2) Bob Dylan  
(3) Johannes Guttenburg (4) Charles Wilkins
- मूवेबल टाइपोग्राफी के जनक कौन थे ?
- (1) विलियम कैक्सटन (2) बॉब डायलैन  
(3) जोहानेस गुटनबर्ग (4) चार्ल्स विल्किन्स
9. In India, first printing press started in :
- (1) Calcutta (2) Goa (3) Madras (4) North Coast
- भारत में प्रथम प्रिंटिंग प्रेस शुरु हुआ :
- (1) कलकत्ता में (2) गोवा में (3) मद्रास में (4) नार्थ कोस्ट में
10. Which one of these is *not* a form of out door advertising ?
- (1) Bill board (2) Bus Shelter (3) Kiosk (4) Dangler
- निम्न में से कौन-सा आउटडोर एडवर्टाइजिंग का रूप *नहीं* है ?
- (1) बिल बोर्ड (2) बस शेल्टर (3) किओस्क (4) डैंगलर
11. Things that are *not* required for an advertising campaign :
- (1) A solid marketing plan  
(2) Advertising budget  
(3) Media buying and planning  
(4) Members in the family of a consumer
- चीजें जिनकी एडवर्टाइजिंग कैम्पेन में आवश्यकता *नहीं* है :
- (1) एक पुख्ता मार्केटिंग प्लान  
(2) एडवर्टाइजिंग बजट  
(3) मीडिया का खरीदना और प्लान करना  
(4) कन्ज्यूमर के फैमिली के सदस्य

12. "CC" is a measurement unit in :

- (1) Internet Advertising (2) Newspaper Advertising  
(3) Radio Advertising (4) Outdoor Advertising

"CC" मापन यूनिट है :

- (1) इन्टरनेट एडवर्टाइजिंग का (2) न्यूजपेपर एडवर्टाइजिंग का  
(3) रेडियो एडवर्टाइजिंग का (4) आउटडोर एडवर्टाइजिंग का

13. Banner on an Internet is called as :

- (1) Web Banner (2) Web Spider (3) E-stroller (4) Direct Mailer

इन्टरनेट पर बैनर को कहा जाता है :

- (1) वेब बैनर (2) वेब स्पाइडर (3) ई-स्ट्रोलर (4) डाइरेक्ट मेलर

14. Gravure is a printing process where prints are taken from :

- (1) Flat Roller (2) Raised Surface  
(3) Depressed Surface (4) Stencil

ग्रेव्यूर एक प्रिंटिंग प्रॉसेस है जिसमें प्रिंट्स लिये जाते हैं :

- (1) प्लैट रोलर से (2) रेस्ड सर्फेस से  
(3) डिप्रेस्ड सर्फेस से (4) स्टेन्सिल से

15. What is the full form of "TVC" in advertising ?

- (1) Television Contest (2) Television Commercial  
(3) Total Viable Count (4) Total Value Customers

एडवर्टाइजिंग में TVC का पूर्ण रूप क्या है ?

- (1) टेलीविजन कॉन्टेस्ट (2) टेलीविजन कमर्शियल  
(3) टोटल वायबल काउन्ट (4) टोटल वैल्यू कस्टमर्स

16. Which one of these is *not* an Advertising Magazine ?

- (1) Pitch (2) 4 P's (3) Brand Reporter (4) Vogue

निम्न में से कौन-सा एडवर्टाइजिंग मैगजीन *नहीं* है ?

- (1) पिच (2) 4 P's (3) ब्रैंड रिपोर्टर (4) वोग

17. An advertisement spread on two pages of magazine is :

- (1) Half Page (2) Double Spread (3) Centre Spread (4) Full Page

मैगजीन के दो पेजों पर फैला विज्ञापन है :

- (1) हाफ पेज (2) डबल स्प्रेड (3) सेंटर स्प्रेड (4) फुल पेज

18. The number one advertising medium for national advertising is :

- (1) Movies (2) Magazines (3) Television (4) Newspaper

राष्ट्रीय एडवर्टाइजिंग के लिए प्रथम एडवर्टाइजिंग माध्यम है :

- (1) पिक्चरें (2) मैगजीन (3) टेलीविजन (4) अखबार

19. CMYK consists of :

- (1) Cobalt blue, Magenta, Yellow, Black  
 (2) Cyan, Magenta, Yellow, Blue  
 (3) Cyan, Magenta, Yellow, Black  
 (4) Cobalt blue, Magenta, Yellow, Kiwi Green

CMYK में है :

- (1) कोबाल्ट ब्लू, मैजेन्टा, पीला, काला  
 (2) सयान मैजेन्टा, पीला, ब्लू  
 (3) सयान, मैजेन्टा, पीला, काला  
 (4) कोबाल्ट ब्लू, मैजेन्टा, पीला, कीवी ग्रीन

20. Choose the right sequence of AIDDA :

- (1) Attraction, Interest, Decision, Desire, Action  
 (2) Attraction, Interest, Desire, Decision, Action  
 (3) Action, Interest, Desire, Decision, Attraction  
 (4) Attraction, Interest, Demand, Desire, Action

AIDDA के सही क्रम को चुनें :

- (1) अट्रैक्शन, इन्ट्रेस्ट, डिसिजन, डिजायर, ऐक्शन  
 (2) अट्रैक्शन, इन्ट्रेस्ट, डिजायर, डिसिजन, ऐक्शन  
 (3) ऐक्शन, इन्ट्रेस्ट, डिजायर, डिसिजन, अट्रैक्शन  
 (4) अट्रैक्शन, इन्ट्रेस्ट, डिमान्ड, डिजायर, ऐक्शन

21. "Connecting People" is a tag line of

- (1) Airtel (2) Nokia (3) Just Dial (4) Vodafone

"कनेक्टिंग पीपल" टैग लाइन है :

- (1) एयरटेल का (2) नोकिया का (3) जस्ट डायल का (4) वोडाफोन का

22. Which one of these is an advertising agency ?

- (1) L. K. Swamy (2) R. K. Laxman  
(3) R. K. Swamy (4) P. K. Swamy

निम्न में से कौन-सा एडवर्टाइजिंग एजेंसी है ?

- (1) एल० के० स्वामी (2) आर० के० लक्ष्मण  
(3) आर० के० स्वामी (4) पी० के० स्वामी

23. If a point is put in a given space :

- (1) It creates tension (2) It creates attention  
(3) It creates no effect (4) It creates space

अगर एक बिंदु एक स्थान में एक प्वाइंट लगाया जाये तो :

- (1) यह टेंशन क्रियेट करेगा (2) यह अटेंशन क्रियेट करेगा  
(3) यह कोई इफेक्ट क्रियेट नहीं करेगा (4) यह स्पेस क्रियेट करेगा

24. U. S. P. means :

- (1) Unique Selling Proposition (2) Ultra Selling Publicity  
(3) Unique Starting Proposition (4) Unique Selling Publicity

U. S. P. का अर्थ है

- (1) यूनिक सेलिंग प्रोपोजिशन (2) अल्ट्रा सेलिंग पब्लिसिटी  
(3) यूनिक स्टार्टिंग प्रोपोजिशन (4) यूनिक सेलिंग पब्लिसिटी

25. He is an Ad-man turned Lyricist. Who is he ?

- (1) Piyush Panday (2) Praseon Joshi  
(3) R. K. Swamy (4) Bobby Pawar



यह एक एड-मैन और लिशिसिस्ट भी है। वह कौन है ?

- |                    |                 |
|--------------------|-----------------|
| (1) पियूष पाण्डेय  | (2) प्रसून जोशी |
| (3) आर० के० स्वामी | (4) बॉबी पवार   |

26. Series of Ads with a common theme is known as :

- |              |                          |
|--------------|--------------------------|
| (1) TVC      | (2) Radio spot           |
| (3) Workshop | (4) Advertising campaign |

कॉमन थीम के साथ सीरीज ऑफ ऐड को कहते हैं :

- |              |                          |
|--------------|--------------------------|
| (1) टी वी सी | (2) रेडियो स्पॉट         |
| (3) वर्कशॉप  | (4) एडवर्टाइजिंग कैम्पेन |

27. Who is known as "Father of modern advertising" ?

- |                 |                  |
|-----------------|------------------|
| (1) Josy Paul   | (2) Agnello Diaz |
| (3) Leo Burnett | (4) David Ogilvy |

"मॉडर्न एडवर्टाइजिंग के जनक" किसे कहा जाता है ?

- |                |                   |
|----------------|-------------------|
| (1) जॉसी पॉल   | (2) एग्नेलो डाएज़ |
| (3) लियो बरनेट | (4) डेविड ओगिलवी  |

28. Spine is referred to :

- |                       |                   |
|-----------------------|-------------------|
| (1) Thickness of Book | (2) Width of Book |
| (3) Height of Book    | (4) Size of Book  |

स्पाइन रिफर करता है :

- |                        |                       |
|------------------------|-----------------------|
| (1) किताब की थिकनेस को | (2) किताब की विड्थ को |
| (3) किताब की हाइट को   | (4) किताब की साइज को  |

29. Which of the following is a tactic designed to supplement sales people ?

- |                      |                 |
|----------------------|-----------------|
| (1) Personal Selling | (2) Publicity   |
| (3) Sales promotion  | (4) Advertising |

निम्न में से सेल्स पीपल को सप्लीमेंट करने के लिये कौन-सा टैक्टिक डिजाइन किया गया है ?

- |                   |                  |
|-------------------|------------------|
| (1) पर्सनल सेलिंग | (2) पब्लिसिटी    |
| (3) सेल्स प्रमोशन | (4) एडवर्टाइजिंग |

30. In Typography what is the maximum point size ?

- (1) 92 points (2) 72 points (3) Quad (4) 3 Centimeters

टाइपोग्राफी में मैक्सिमम प्वाइंट साइज क्या है ?

- (1) 92 प्वाइंट (2) 72 प्वाइंट (3) क्वाड (4) 3 सेमी

31. When celebrities or satisfied users endores the qualities of a product :

- (1) Personal ad (2) Testimonial ad  
(3) Editorial ad (4) Co-operative ad

जब सेलिब्रिटीज या संतुष्ट उपभोक्ता प्रोडक्ट की क्वालिटीज को इन्डोर्स करते हैं :

- (1) पर्सनल ऐड (2) टेस्टिमोनियल ऐड  
(3) एडीटोरियल ऐड (4) कोऑपरेटिव ऐड

32. In Typography, space between 2 characters is :

- (1) Leading (2) Tracking (3) Legibility (4) Kerning

टाइपोग्राफी में, 2 कैरेक्टर्स के बीच का स्पेस होता है :

- (1) लीडिंग (2) ट्रैकिंग (3) लेजीबिलिटी (4) कर्निंग

33. Who is the man behind the Latest Indian Rupee Symbol ?

- (1) D. Udaya Kumar (2) Lakshy Raghuvanshi  
(3) Rajeed Ghoshal (4) R. Hiren Sardesai

लेटेस्ट भारतीय रुपये के सिम्बल के पीछे किसका हाथ है ?

- (1) डी० उदय कुमार (2) लक्ष्य रघुवंशी  
(3) राजीद घोषाल (4) आर० हीरेन सरदेसाई

34. Which Newspaper has initiated the "Teach India" Campaign ?

- (1) Hindustan Times (2) Mail Today  
(3) The Times of India (4) Economic Times

किस अखबार ने "टीच इंडिया" कैंपेन को बढ़ावा दिया ?

- (1) हिन्दुस्तान टाइम्स (2) मेल टुडे  
(3) द टाइम्स ऑफ इंडिया (4) इकोनॉमिक टाइम्स

35. What does "DAVP" stand for ?

- (1) Directorate of Advertising and Visual Publicity
- (2) Directorate of Audio and Visual Publication
- (3) Delhi Advertising and Video Publicity
- (4) Directorate for Audio Video Professionals

"DAVP" का पूर्ण रूप क्या है ?

- (1) डायरेक्टरेट ऑफ एडवर्टाइजिंग एंड विजुअल पब्लिसिटी
- (2) डायरेक्टरेट ऑफ ऑडियो एंड विजुअल पब्लिकेशन
- (3) डेल्ही एडवर्टाइजिंग एंड वीडियो पब्लिसिटी
- (4) डायरेक्टरेट फॉर ऑडियो वीडियो प्रोफेशनल्स

36. Advertising that appears on public transport vehicles are known as :

- (1) Motion Advertising
- (2) Transmit Advertising
- (3) Transit Advertising
- (4) Travel Aravel Advertising

पब्लिक ट्रांसपोर्ट व्हीकल पर जो विज्ञापन नजर आते हैं, वे हैं :

- (1) मोशन एडवर्टाइजिंग
- (2) ट्रांसमिट एडवर्टाइजिंग
- (3) ट्रांजिट एडवर्टाइजिंग
- (4) ट्रैवेल एरावल एडवर्टाइजिंग

37. Which one is *not* an Advertising Agency ?

- (1) James Walter Thompson
- (2) Ogilvy and Mather
- (3) Wieden + Kennedy
- (4) Larsen & Toubro

निम्न में से कौन-सी एडवर्टाइजिंग एजेंसी नहीं है ?

- (1) जेम्स वाल्टर थॉम्पसन
- (2) ओगिलवी एंड मेथर
- (3) वीडन + केनेडी
- (4) लार्सन एंड टॉब्रो

38. Vodafone was previously known as :

- (1) Aircel
- (2) Hutch
- (3) Buzz
- (4) Docomo

वोडाफोन को पहले इस नाम से जाना जाता था :

- (1) एयरसेल
- (2) हच
- (3) बज
- (4) डोकोमो

39. "Charlie Chaplin" is a brand ambassador of which shoe polish brand ?

- (1) Kiwi (2) Griffin  
(3) Nugget (4) Cherry Blossom

"चार्ली चैप्लिन" किस जूता पॉलिश ब्रैंड के ब्रैंड एम्बेसडर हैं ?

- (1) कीवी (2) ग्रीफिन  
(3) नगुट (4) चेरी ब्लॉसम

40. Which of the following is a common part of Visualization ?

- (1) Layout (2) Design (3) Copy (4) Media

निम्न में से कौन-सा विजुअलाइजेशन का कॉमन पार्ट है ?

- (1) लेआउट (2) डिजाइन (3) कॉपी (4) मीडिया

41. Hoarding is a medium of :

- (1) Outdoor Publicity (2) Transit Publicity  
(3) Point of Purchase Publicity (4) All of the above

होर्डिंग माध्यम है :

- (1) आउटडोर पब्लिसिटी का (2) ट्रान्जिट पब्लिसिटी का  
(3) प्वाइंट ऑफ पर्चेज पब्लिसिटी का (4) उपरोक्त सभी का

42. "Buland Bhaarat Ki Buland Tasveer Hamara ....."

- (1) Amul (2) Nirma (3) Bajaj (4) Tata

"बुलंद भारत की बुलंद तस्वीर हमारा ....."

- (1) अमूल (2) निरमा (3) बजाज (4) टाटा

43. Hue refers to :

- (1) Lightness and darkness of colour  
(2) Strength and Weakness of a colour  
(3) Basic identity of colour  
(4) None of the above

द्वू रिफर करता है :

- |                                   |                                  |
|-----------------------------------|----------------------------------|
| (1) कलर के लाइटनेस और डार्कनेस को | (2) कलर के स्ट्रेंथ और वीकनेस को |
| (3) कलर के बेसिक आइडेंटिटी को     | (4) उपरोक्त कोई नहीं             |

44. An executive in an advertising agency who is a link between a client and advertising agency :

- |                         |                             |
|-------------------------|-----------------------------|
| (1) Marketing executive | (2) Account executive       |
| (3) Chief executive     | (4) Public relation officer |

एक एडवर्टाइजिंग एजेन्सी में एक एग्जेक्यूटिव जो कि एक लिंक है एक क्लाइन्ट और एडवर्टाइजिंग एजेन्सी के बीच :

- |                             |                          |
|-----------------------------|--------------------------|
| (1) मार्केटिंग एग्जेक्यूटिव | (2) अकाउण्ट एग्जेक्यूटिव |
| (3) चीफ एग्जेक्यूटिव        | (4) पब्लिक रिलेशन ऑफिसर  |

45. John Gutenberg is the inventor of :

- |                      |                    |
|----------------------|--------------------|
| (1) Digital Printing | (2) Printing inks  |
| (3) Printing rollers | (4) Moveable types |

जॉन गुटेनबर्ग आविष्कारक हैं :

- |                         |                         |
|-------------------------|-------------------------|
| (1) डिजिटल प्रिंटिंग के | (2) प्रिंटिंग इन्क्स के |
| (3) प्रिंटिंग रोलर्स के | (4) मूवेबल टाइप्स के    |

46. All of the following are types of outdoor advertising, *except* :

- |              |                               |
|--------------|-------------------------------|
| (1) Posters  | (2) Painted walls advertising |
| (3) Hoarding | (4) Gate Fold Layout          |

निम्न में से सभी आउटडोर एडवर्टाइजिंग के प्रकार हैं, सिवाय :

- |                 |                                  |
|-----------------|----------------------------------|
| (1) पोस्टर्स के | (2) पेंटेड वाल्स एडवर्टाइजिंग के |
| (3) होर्डिंग    | (4) गेट फोल्ड लेआउट              |

47. Lower case types extended above the mean line is :

- |          |              |          |         |
|----------|--------------|----------|---------|
| (1) Body | (2) Ascender | (3) Kern | (4) Arm |
|----------|--------------|----------|---------|

मीन लाइन से ऊपर फैला हुआ लोअर केस टाइप्स है :

- |          |             |          |          |
|----------|-------------|----------|----------|
| (1) बॉडी | (2) ऐसेन्डर | (3) कर्न | (4) आर्म |
|----------|-------------|----------|----------|

48. Television Advertising rates vary according to :

- |                                  |                               |
|----------------------------------|-------------------------------|
| (1) Particular time slot         | (2) Programme being broadcast |
| (3) The length of time purchased | (4) All of the above          |

टेलीविजन के एडवर्टाइजिंग रेट निम्न के अनुसार वैरी करते हैं :

- |                          |                                |
|--------------------------|--------------------------------|
| (1) विशिष्ट टाइम स्लॉट   | (2) प्रोग्राम बीइंग ब्रॉडकास्ट |
| (3) लेंथ ऑफ टाइम परचेस्ड | (4) उपरोक्त सभी                |

49. It is necessary to specify a type by :

- (1) Its size and face
- (2) Size and strokes
- (3) Strokes and serifs
- (4) Feasibility and Availability

एक टाइप को स्पेसिफाई करना जरूरी है :

- (1) साइज और फेस के आधार पर
- (2) साइज और स्ट्रोक के आधार पर
- (3) स्ट्रोक और सेरिफ के आधार पर
- (4) फीजिबिलिटी और अवेलेबिलिटी के आधार पर

50. Which Politician is also known as Cartoonist ?

- |                   |                         |
|-------------------|-------------------------|
| (1) Chandra Swami | (2) Jaya Lalita         |
| (3) Bal Thakrey   | (4) Lalloo Prasad Yadav |

कौन नेता कार्टूनिस्ट के रूप में भी जाना जाता है ?

- |                   |                      |
|-------------------|----------------------|
| (1) चंद्रा स्वामी | (2) जयललिता          |
| (3) बाल ठाकरे     | (4) लालू प्रसाद यादव |



## अभ्यर्थियों के लिए निर्देश

(इस पुस्तिका के प्रथम आवरण-पृष्ठ पर तथा उत्तर-पत्र के दोनों पृष्ठों पर केवल नीली/काली बाल-प्वाइंट पेन से ही लिखें)

1. प्रश्न पुस्तिका मिलने के 10 मिनट के अन्दर ही देख लें कि प्रश्नपत्र में सभी पृष्ठ मौजूद हैं और कोई प्रश्न छूटा नहीं है। पुस्तिका दोषयुक्त पाये जाने पर इसकी सूचना तत्काल कक्ष निरीक्षक को देकर सम्पूर्ण प्रश्नपत्र की दूसरी पुस्तिका प्राप्त कर ले।
2. परीक्षा भवन में लिफाफा रहित प्रवेश-पत्र के अतिरिक्त, लिखा या सादा कोई भी खुला कागज साथ में न लायें।
3. उत्तर-पत्र अलग से दिया गया है। इसे न तो मोड़ें और न ही विकृत करें। दूसरा उत्तर-पत्र नहीं दिया जायेगा। केवल उत्तर-पत्र का ही मूल्यांकन किया जायेगा।
4. अपना अनुक्रमांक तथा उत्तर-पत्र का क्रमांक प्रथम आवरण-पृष्ठ पर पेन से निर्धारित स्थान पर लिखें।
5. उत्तर-पत्र के प्रथम पृष्ठ पर पेन से अपना अनुक्रमांक निर्धारित स्थान पर लिखें तथा नीचे दिये वृत्तों को गाढ़ा कर दें। जहाँ-जहाँ आवश्यक हो वहाँ प्रश्न-पुस्तिका का क्रमांक तथा सेट का नम्बर उचित स्थानों पर लिखें।
6. ओ० एम० आर० पत्र पर अनुक्रमांक संख्या, प्रश्न-पुस्तिका संख्या व सेट संख्या (यदि कोई हो) तथा प्रश्न-पुस्तिका पर अनुक्रमांक संख्या और ओ० एम० आर० पत्र संख्या की प्रविष्टियों में उपरिलेखन की अनुमति नहीं है।
7. उपर्युक्त प्रविष्टियों में कोई भी परिवर्तन कक्ष निरीक्षक द्वारा प्रमाणित होना चाहिये अन्यथा यह एक अनुचित साधन का प्रयोग माना जायेगा।
8. प्रश्न-पुस्तिका में प्रत्येक प्रश्न के चार वैकल्पिक उत्तर दिये गये हैं। प्रत्येक प्रश्न के वैकल्पिक उत्तर के लिये आपको उत्तर-पत्र की सम्बन्धित पंक्ति के सामने दिये गये वृत्त को उत्तर-पत्र के प्रथम पृष्ठ पर दिये गये निर्देशों के अनुसार बाल-प्वाइंट पेन से गाढ़ा करना है।
9. प्रत्येक प्रश्न के उत्तर के लिये केवल एक ही वृत्त को गाढ़ा करें। एक से अधिक वृत्तों को गाढ़ा करने पर अथवा एक वृत्त को अपूर्ण भरने पर वह उत्तर गलत माना जायेगा।
10. ध्यान दें कि एक बार स्याही द्वारा अंकित उत्तर बदला नहीं जा सकता है। यदि आप किसी प्रश्न का उत्तर नहीं देना चाहते हैं, तो सम्बन्धित पंक्ति के सामने दिये गये सभी वृत्तों को खाली छोड़ दें। ऐसे प्रश्नों पर शून्य अंक दिये जायेंगे।
11. रफ कार्य के लिये इस पुस्तिका के मुखपृष्ठ के अंदर वाला पृष्ठ तथा अंतिम खाली पृष्ठ का प्रयोग करें।
12. परीक्षा के उपरान्त केवल ओ० एम० आर० उत्तर-पत्र ही परीक्षा भवन में जमा करें।
13. परीक्षा समाप्त होने से पहले परीक्षा भवन से बाहर जाने की अनुमति नहीं होगी।
14. यदि कोई अभ्यर्थी परीक्षा में अनुचित साधनों का प्रयोग करता है, तो वह विश्वविद्यालय द्वारा निर्धारित दंड का/की भागी होगा/होगी।