



**Institute For Excellence In Higher Education Bhopal**

**IEHE**  
**Bhopal**

An Autonomous Institute established by Govt. of M.P.(College with Potential for Excellence  
Status Conferred by UGC)

**Session 2023-24**

**Department of Commerce**

**QUESTION BANK BOOK FOR DIGITAL  
MARKETING**

**Head of the Department of Commerce**

Dr. Ajay Kumar Mishra, Institute for Excellence in Higher Education, Bhopal.

**Coordinator**

Dr. Sharda Gangwar, Professor, Institute for Excellence in Higher Education, Bhopal.

**Subject Experts:**

Dr. S K Yadav, Professor, Nutan College Bhopal

Dr. Anita Deshbhratar, Assistant Professor, Gitanjali College Bhopal

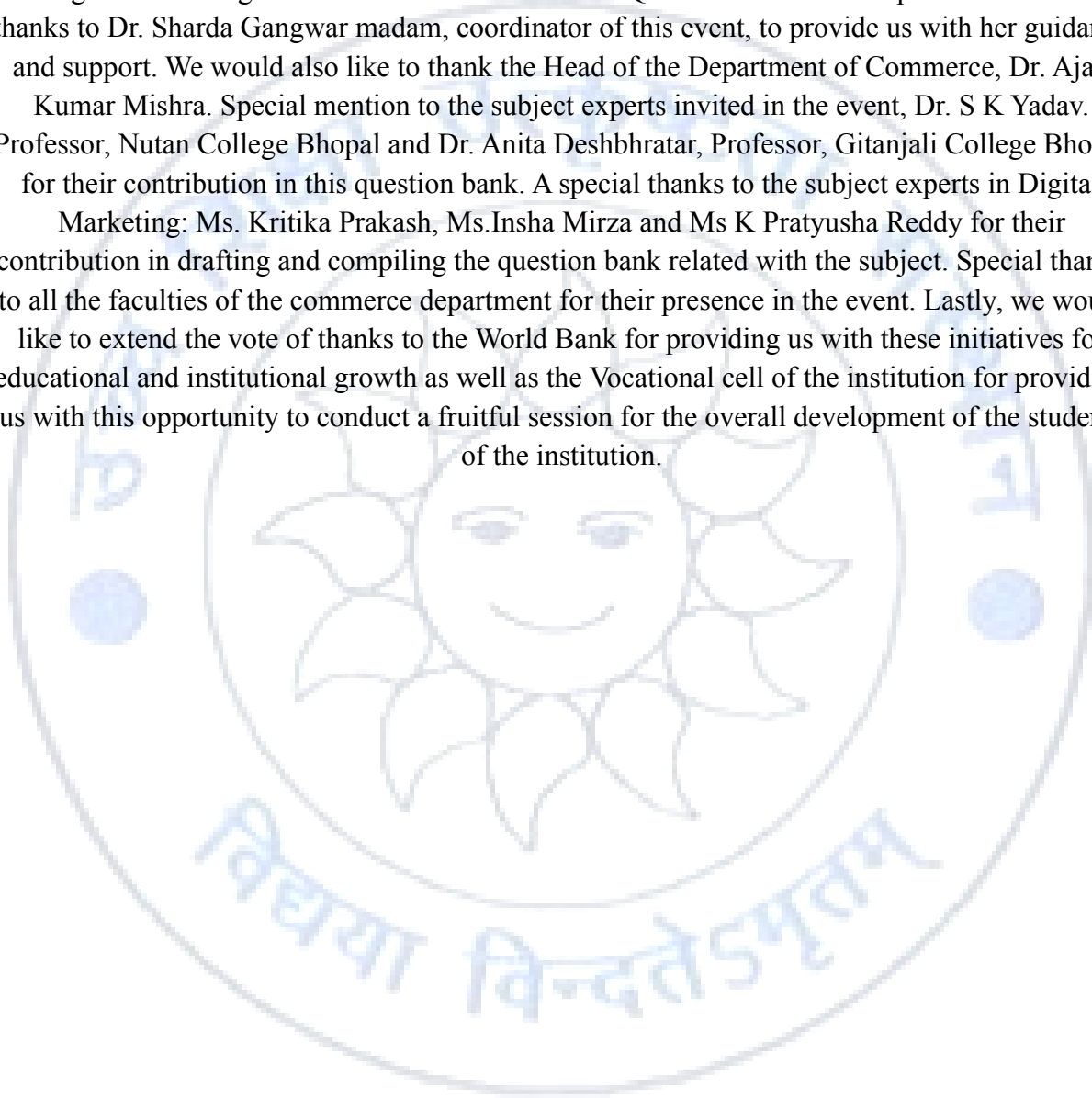
Ms. Kritika Prakash, Faculty, Institute for Excellence in Higher Education, Bhopal

Ms. K Pratyusha Reddy, Faculty, Institute for Excellence in Higher Education, Bhopal

Ms. Insha Mirza, Faculty, Institute for Excellence in Higher Education, Bhopal

# ACKNOWLEDGEMENT

We would like to acknowledge our sincere gratitude to the Honorable Director of the institution Dr. Pragyesh Kumar Agrawal, for giving us an opportunity to organize a workshop on the topic “Digital Marketing” under the initiative of MPHEIQ. We would like to express our sincere thanks to Dr. Sharda Gangwar madam, coordinator of this event, to provide us with her guidance and support. We would also like to thank the Head of the Department of Commerce, Dr. Ajay Kumar Mishra. Special mention to the subject experts invited in the event, Dr. S K Yadav. Professor, Nutan College Bhopal and Dr. Anita Deshbhratar, Professor, Gitanjali College Bhopal for their contribution in this question bank. A special thanks to the subject experts in Digital Marketing: Ms. Kritika Prakash, Ms. Insha Mirza and Ms K Pratyusha Reddy for their contribution in drafting and compiling the question bank related with the subject. Special thanks to all the faculties of the commerce department for their presence in the event. Lastly, we would like to extend the vote of thanks to the World Bank for providing us with these initiatives for educational and institutional growth as well as the Vocational cell of the institution for providing us with this opportunity to conduct a fruitful session for the overall development of the students of the institution.




# INDEX

S.no	Table of Contents	Page Numbers
1	Acknowledgement	1
2	Index	2
3	Preface	3
4	Syllabus of Digital Marketing	4-7
	Unit wise Questions:	
	Unit 1	8-13
	Introduction to Digital Marketing	
	Unit 2	
	Search Engine Optimisation (SEO)	14-18
	Unit 3	
	Social Media Optimisation (SMO)	19-22
	Unit 4	
	Search Engine Marketing	23-27
	Unit 5	
	Website Traffic Analysis, Affiliate Marketing, Ad Designing	28-32
5	Short Answer Type Questions	33-34
6	Long Answer Type Questions	35-38
7	Conclusions to the topic	
8	Brochure	39-40
9	Photos of the event	42
10	Answer Keys	43-44
11	Bibliography	44-45

# PREFACE

Digital marketing is all about the challenge of balancing both the sides of the marketing tightrope while walking on it real-time. On one side lies any marketer's owned media (websites, apps, social media pages) while the other represents the ever-changing demands and perceptions of his target customer. And this is just the start of the balancing act; one which extends across an advertiser and a publisher's needs, between CPM (Cost per mile) and CPC (Cost per click) and extends to measuring data and managing privacy concerns. The list is endless and so are the solutions available in the market. It is these complexities and choices that makes digital marketing unique and renders a distinct flavor to this field of study. This book aims at helping the students understand the basic concepts of digital marketing. It also provides objective type questions and subjective questions to check the understanding of the students. To understand 'digital' as a concept and establish its importance for marketing, we have provided an extensive orientation to 'digital transformation' to help students/ business owners/entrepreneurs realize how they can best digitize any traditional business. This title has been written in a manner which would help readers to deploy digital marketing concepts across each aspect of their industry, and be realistically ready to market each product digitally.

All the units of the syllabus consist of the objective based questions continued with short answers based questions and long answers based questions.. Key to answers are provided at the end of the book. Unit wise questions have been provided for students to self-assess their concepts and also apply them to brands which they have seen around/grown with in India since the last decade. Once the reader has mastered the concepts in all preceding chapters, he/she would know exactly the areas of the knowledge of digital marketing as a subject.



# **SYLLABUS OF DIGITAL MARKETING**

**Institute for Excellence in Higher Education (IEHE), Bhopal**

**Faculty of commerce**

**Structure for UGC Programme: UGC CBCS system for autonomous college (as per ordinance 14-A)**

**Under 4 yrs. CBCS Course of B.com (Honours/Research)**

[Syllabus Template: SEC(F) / SEC(V)]

PART-A: INTRODUCTION			
Program: UG		Class: B.Com. Honours	Semester: IV
Session: wef 2021-22			
Subject: COMMERCE			
1.	Course Code	SEC-491(A) (To be filled by Exam Cell)	
2.	Course Title	DIGITAL MARKETING	
3.	Course Type (Core Course / Discipline Specific Elective / Generic Elective)	VOCATIONAL	
4.	Pre-Requisite (if any)	Open for all	
5.	Course Learning Outcomes (CLO)	<p>After completing this course student will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Understand digital marketing, importance thereof, meaning of web site and levels of web site, Difference between blog, portal &amp; website.</li><li>• Understand the working of SEO (Search engine Optimization) On page optimization, off page optimization, and will learn to prepare reports</li><li>• Learn about SMO (Social Media Optimization) like Facebook, Twitter, LinkedIn, Tumblr, Pinterest and other social media services optimization</li><li>• Understand paid tools like Google AdWords, Display advertising techniques</li><li>• Learn and apply hands on experience on tools useful to SEO for analysis on website traffic, keyword analysis and learn Email marketing and Ad Designing</li></ul>	
6.	Credit Value	4 (L)	
PART-B: CONTENT OF THE COURSE			
Total No. of Lectures +Tutorials (in hours per week): L-1 Hrs / P-1 Hrs			
Total No. of Lectures: L-30hrs / P-30hrs			
Module	Topics		No. of Lectures

1 | Page - 3

Date of BOS: .....

Subject: .....

Signature of the Chairman (BOS):

Name: .....



I	<b>Introduction to Digital Marketing</b> Meaning of Digital Marketing, Differences from Traditional Marketing, Return of Investments on Digital Marketing Vs Traditional Marketing, E Commerce, Tools used for successful marketing, SWOT analysis of business for digital marketing, Meaning of Blogs, websites, portal and their differences, Visibility, Visitor Engagement, Conversion Process, Retention, Performance Evaluation <i>Keywords: Titles, Metatags</i>	10
II	<b>Search Engine Optimization (SEO)</b> On page optimization techniques, off page optimization techniques, preparing reports, creating search campaigns, Creating Display Campaigns. <i>Keywords: Verbal Communication, Non- Verbal Communication, Intra personal and Inter personal communication.</i>	10
III	<b>Social Media Optimization (SMO)</b> Introduction to social media marketing, advanced Facebook marketing, WordPress Blog creation, Twitter marketing, LinkedIn Marketing, Instagram Marketing, Social Media Analytical Tools <i>Keywords: Google, WordPress, FB, LinkedIn, Instagram, Analytics, SMO</i>	10
IV	<b>Search Engine Marketing</b> Meaning and use of Search Engine Marketing, Tools used – Pay Per Click, Google AdWords, Display Advertising Techniques, Report Generation <i>Keywords: PPC, Google AdWords, Reports, SEM.</i>	10
V	<b>Website Traffic Analysis, Affiliate Marketing and Ad Designing</b> Google Analytics, Online Reputation Management, E Mail Marketing, Affiliate Marketing, Understanding AdWords Algorithm, Advertisement Designing. <i>Keywords: Google Analytics, Ad Design, Social Media, Affiliate</i>	10
<b>PRACTICAL</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Design SEO to Improve Page Rank of Our College.</li> <li>• Monitor Traffic of Your Website Using Google Analytics</li> <li>• Using Search Engine Submission Improves Online Recognition and Visibility of Websites.</li> <li>• Designing A Blog.</li> <li>• Use of Cross Linking</li> <li>• On/Off Optimizing of the Websites.</li> <li>• Design Back Link and Outbound Link of Website.</li> <li>• Web Development, Audio Video Production.</li> </ul>	30

2 | Page - 3

Date of BOS: .....

Subject: .....

Signature of the Chairman (BOS):

Name: .....

- Digital Content Creation, Product And Sales Review Analysis.

### PART-C: LEARNING RESOURCES

#### Textbooks, Reference Books, Other Resources

#### Suggested Readings:

##### Textbooks:

1. Ahuja Vandana (2016) Digital Marketing. Oxford University Press ISBN: 9780199455447,
2. Sainy Romi, Nargundkar Rajendra (2018) Digital Marketing: Cases from India, Notion Press ISBN 9781644291931, 1644291932

#### *Suggestive digital platform web links*

<https://www.wordstream.com/link-building#:~:text=Building%20links%20is%20one%20of,buid%20links%20to%20your%20site>.  
<https://www.targetinternet.com/the-top-32-most-useful-digital-marketing-links/>  
<https://digitalmarketingphilippines.com/8-strategic-steps-to-natural-link-building/>  
<https://www.the-web-guys.com/digital-marketing/>

#### *Suggested equivalent online courses*

NPTEL Course: <https://nptel.ac.in/courses/110/105/110105142/>

SWAYAM Course: [https://onlinecourses.swayam2.ac.in/cec19\\_mg23/preview](https://onlinecourses.swayam2.ac.in/cec19_mg23/preview)  
[https://onlinecourses.swayam2.ac.in/ugc19\\_hs26/preview](https://onlinecourses.swayam2.ac.in/ugc19_hs26/preview)

3 | Page - 3

Date of BOS: .....

Subject: 

Signature of the Chairman (BOS):

Name:   



# QUESTION BANK-MCQs

## UNIT 1

Q1] ----- is any type of product or services to reach more people to aware of your product or Service (\_\_\_\_ आपके उत्पाद या सेवा के बारे में अधिक लोगोंको जागरूक करने के लिए किसी भी प्रकार का उत्पाद या सेवाएं है)

- A] SEO एसईओ
- B] SEM एसईओ
- C] Pay Per Click भुगतान प्रति क्लिक
- D] Visibility दृश्यता

Q2] -----consists of preselected visitors arriving at a website who have already expressed an interest in the site's subject.(एक वेबसाइट पर -चयनित आगंतुक शामिल हैं, जिन्होंने पहले ही साइट के विषय में रुचि व्यक्त की है।)

- A] Targeted Traffic लक्षित यातायात
- B] Digital marketing targeting डिजिटल मार्केटिंग लक्ष्यीकरण
- C] Content Marketing कंटेंट मार्केटिंग
- D] Email Marketing ईमेल मार्केटिंग

Q3] what are the four types of KPI? (KPI के चार प्रकार क्या हैं)

- A] Customer Satisfaction, Internal Process Quality, Employee Satisfaction, Financial Performance Index. ग्राहकसंतुष्टि, आंतरिकप्रक्रियागुणवत्ता, कर्मचारीसंतुष्टि, वित्तीयप्रदर्शनसूचकांक
- B] Customer Satisfaction,Internal Process Quality,Employee Salaries,Financial Performance Index. ग्राहकसंतुष्टि, आंतरिकप्रक्रियागुणवत्ता, कर्मचारीवेतन, वित्तीयप्रदर्शनसूचकांक।
- C] Customer NeedInternal Process Quality,Employee Satisfaction,Financial Performance Index.ग्राहक की आवश्यकता, आंतरिक प्रक्रिया गुणवत्ता, कर्मचारीसंतुष्टि, वित्तीयप्रदर्शनसूचकांक
- D] Customer Satisfaction,Internal Process Quality,Employee Satisfaction, Financial Performance ability .ग्राहक संतुष्टि, आंतरिक प्रक्रिया गुणवत्ता, कर्मचारी संतुष्टि, वित्तीय प्रदर्शन क्षमता

Q4] Who are influencers? प्रभावशाली कौन हैं?

- A] They consider themselves expert in certain areas वे खुद को कुछ क्षेत्रों में विशेषज्ञ मानते हैं

B] When they encounter a new product they like they tend to recommend it to friends जब वे एक नए उत्पाद का सामना करते हैं तो वे इसे पसंद करते हैं, वे दोस्तों सीको इसकी सिफारिश करते हैं

C] They are active online, using blogs, social networking sites, e-mail, discussion groups, online community boards, etc to connect with their peers. वे अपने साथियों से जुड़ने के लिए ब्लॉग, सोशल नेटवर्किंग साइटों, ई-मेल, चर्चासमूहों, ऑनलाइन सामुदायिक बोर्ड आदि का उपयोग करते हुए ऑनलाइन सक्रिय हैं।

D] All the above उपरोक्त सभी

Q5) What is the Search Engine Optimization process? खोज इंजन अनुकूलन प्रक्रिया क्या है?

A] Keyword Research-> Reporting & Goal Setting -> Content planning -> Page Optimization -> Social & Link Building-> Follow Up Reporting & Analysis कीवर्ड रिसर्च

कीवर्ड रिसर्च> रिपोर्टिंग और लक्ष्य निर्धारण> सामग्री नियोजन> पृष्ठ अनुकूलन > सामाजिक और लिंक बिल्डिंग> रिपोर्टिंग और विश्लेषण का पालन करें

B] Keyword Research -> Reporting & Goal Setting-> Content Building -> Page Optimization -> Social & Link Building -> Follow Up Reporting & Analysis

कीवर्ड रिसर्च> रिपोर्टिंग और लक्ष्य निर्धारण> सामग्री निर्माण> पृष्ठ अनुकूलन> सामाजिक और लिंक बिल्डिंग> रिपोर्टिंग और विश्लेषण का पालन करें

C] Keyword Research -> Reporting & Goal Setting -> Content Building-> Page designing-> Social & Link Building-> Follow Up Reporting & Analysis

खोज शब्द अनुसंधान> रिपोर्टिंग और लक्ष्य निर्धारण> सामग्री निर्माण> पेज डिजाइनिंग> सामाजिक और लिंक बिल्डिंग> रिपोर्टिंग और विश्लेषण का पालन करें

D] Keyword Research -> Reporting & Goal Setting -> Content Building -> Page Optimization -> Social & character Building -> Follow Up Reporting & Analysis

कीवर्ड रिसर्च> रिपोर्टिंग और लक्ष्य निर्धारण> सामग्री निर्माण> पृष्ठ अनुकूलन> सामाजिक और चरित्र निर्माण> रिपोर्टिंग और विश्लेषण का पालन करें

Q6) What is off-page optimization primarily concerned with? ऑफ-पेज ऑप्टिमाइज़ेशन मुख्य रूप से किससे संबंधित है?

A] Building an overall online reputation. एक समग्र ऑनलाइन प्रतिष्ठा का निर्माण

B] Enhancing the time it takes to make long-term processes. लंबी अवधि की प्रक्रियाओं को बनाने में लगने वाले समय को बढ़ाना

C] Acquiring backlinks to your page from the authority sites in your niche. अपने आलामें प्राधिकरण साइटों से अपने पृष्ठ पर बैक लिंक्स प्राप्त करना

D] Improving your website's overall "authority" on the web. वेब पर अपनी वेबसाइट के समग्र "प्राधिकरण" में सुधार करना

Q7) What is Google Authorship? Google लेखकत्व क्या है?

A] A tool which allows you to share content to Google+ (Google+ एक टूल जो आपको Google+ पर सामग्री साझा करने की अनुमति देता है)

B] A ranking system which increases the visibility of your website in the search engine एक रैंकिंग प्रणाली जो खोज इंजन में आपकी वेबसाइट की दृश्यता को बढ़ाती है

C] A new way to connect with other users on Google+ (Google+ पर अन्य उपयोगकर्ताओं के साथ जुड़ने का एक नया तरीका)

D] A feature which shows the picture and name of an author with his articles in Google search Results. एक फीचर जो Google खोज परिणामों में एक लेखक के लेख के साथ उसकी तस्वीर और नाम दिखाता है

Q8) What is an effective way of acquiring strong backlinks in the Post Panda era? पोस्ट पांडा युग में मजबूत बैक लिंक प्राप्त करने का एक प्रभावी तरीका क्या है?

A] Guest Blogging अतिथि ब्लॉगिंग

B] Digg डिग

C] Creating relevant and high quality content प्रासंगिक और उच्च गुणवत्ता वाली सामग्री बनाना

D] Social Bookmarking सोशल बुक मार्किंग

Q9] What social media platform enables you to share pictures and drive sales? कौनसा सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म आपको तस्वीरें साझा करने और बिक्री बढ़ाने में सक्षम बनाता है?

A] Quora क्वोरा

B] Twitter ट्विटर

D] Pinterest पिंटेरेस्ट

C] Instagram इंस्टाग्राम

Q10] What type of content is most engaging for Facebook users? फेसबुक उपयोगकर्ताओं के लिए किस प्रकार की सामग्री सबसे अधिक आकर्षक है?

A. Videos and GIFs वीडियो और जीआईएफ

B. Promotional content प्रचार सामग्री

C. Heavy topics with long descriptions लंबे विवरण के साथ भारी विषय

D. Interesting and light topics with pictures चित्रों के साथ रोचक और हल्के विषय

Q11] What is the best way to present your company's Google Plus page on its website? अपनी कंपनी के गूगल प्लस पेज को उसकी वेबसाइट पर प्रस्तुत करने का सबसे अच्छा तरीका क्या है?

A. Use a badge. बैज का प्रयोग करें

B. Link to other social networking profiles. अन्य सोशल नेटवर्किंग प्रोफाइल से लिंक करें

C. Make it a short URL. इसे एक छोटा यूआरएल बनाएं

D. Don't present it..इसे पेश मत करो

Q12] What is the primary benefit of using hashtags? हैश टैग का उपयोग करने का प्राथमिक लाभ क्या है?

- A. They can help you find people who can relate with your stream posts. वे एक व्यवसाय को उत्पादों और सेवाओं को बेचने की अनुमति देते हैं
- B. They provide a way to promote an individual's profile. वे किसी व्यक्ति की प्रोफाइल को बढ़ावा देने का एक तरीका प्रदान करते हैं।
- C. They help with content creation. वे सामग्री निर्माण में सहायता करते हैं
- D. They allow a business to sell products and services. वे एक व्यवसाय को उत्पादों और सेवाओं को बेचने की अनुमति देते हैं

Q13.) \_\_\_\_\_ is concerned with buying and selling information, products and services over computer communication networks. (\_\_\_\_\_ कंप्यूटर संचार नेटवर्क पर सूचना, उत्पादों और सेवाओं को खरीदने और बेचने से संबंधित है)

- A. Commerce वाणिज्य
- B. E- Commerce ई- वाणिज्य
- C. E- Business ई- बिजनेस
- D. M- Business एम- बिजनेस

Q14.) Which of the following are essentially required to make a business case for content marketing? सामग्री विपणन के लिए व्यावसायिक मामला बनाने के लिए निम्न में से कौन अनिवार्य रूप से आवश्यक है?

- A. Industry best practices. उद्योग सर्वोत्तम प्रथाओं
- B. Objectives and KPIs. उद्देश्य और के. पी. आई.
- C. Impacts and challenges. प्रभाव और चुनौतियाँ
- D. All of the above उपरोक्त सभी

Q15) \_\_\_\_\_ can be defined as convergence of branding, information dissemination and sales transactions all in one place. \_\_\_\_\_ को एक ही स्थान पर ब्रांडिंग, सूचना प्रसार और बिक्री लेन देन के अभिसरण के रूप में परिभाषित किया जा सकता है।

A. E-advertising ई-विज्ञापन

B. E-branding ई-ब्रांडिंग

C. E-commerce ई-कॉमर्स

D. E-marketing ई-मार्केटिंग

Q16) Digital Marketing includes (डिजिटल मार्केटिंग में शामिल हैं )

A. Social Media Marketing सोशल मीडिया विपणन

B. Affiliate marketing सहबद्ध विपणन

C. Influencer marketing इन्फ्लुएंसर विपणन

D. All of these ये सभी

Q18) What is the new content management tool for SWEET? (स्वीट के लिए नया सामग्री प्रबंधन उपकरण क्या है?)

A. Sitecore साइटकोर

B. CMS Lite सीएमएस लाइट

C. Sharepoint शेयरपॉइंट

D. None of these इनमें से कोई नहीं

Q19) Digital Marketing has been around us since the very beginning. It started in the year \_\_\_\_\_. (डिजिटल मार्केटिंग शुरू से ही हमारे आसपास रही है। यह वर्ष \_\_\_\_\_ में शुरू हुआ।)

A. 1980

B. 2000

C. 1995

D. 1990

Q20) How many main pillars of digital marketing exists? (डिजिटल मार्केटिंग के कितने मुख्य स्तंभ मौजूद हैं?)

A. 2

B. 4

C. 3

D. 5

Q21) Which of the following is a type of digital marketing activity? (निम्नलिखित में से कौन सा डिजिटल मार्केटिंग गतिविधि का एक प्रकार है?)

A. Email marketing ईमेल विपणन

- B. Social web marketing. सामाजिक वेब विपणन।
- C. Viral marketing. वायरल मार्केटिंग।
- D. All of the above उपरोक्त सभी

Q22) Which of the following is not a traditional forms of digital marketing? (निम्नलिखित में से कौन सा डिजिटल मार्केटिंग का पारंपरिक रूप नहीं है?)

- A. Radio रेडियो
- B. TV टीवी
- C. billboard बिलबोर्ड
- D. All of the above उपरोक्त सभी

Q23) What is not true about digital marketing? (डिजिटल मार्केटिंग के बारे में क्या सच नहीं है?)

- A. Digital marketing is any form of marketing products or services that involves electronic devices. डिजिटल मार्केटिंग किसी भी प्रकार के विपणन उत्पादों या सेवाओं को शामिल करता है जिसमें इलेक्ट्रॉनिक उपकरण शामिल होते हैं।
- B. Digital marketing can be done online डिजिटल मार्केटिंग ऑनलाइन किया जा सकता है
- C. Digital marketing cannot be done online डिजिटल मार्केटिंग ऑनलाइन नहीं किया जा सकता
- D. Digital marketing is often referred to as online marketing, internet marketing or web marketing. डिजिटल मार्केटिंग को अक्सर ऑनलाइन मार्केटिंग, इंटरनेट मार्केटिंग या वेब मार्केटिंग के रूप में जाना जाता है।

Q24) . \_\_\_\_\_, social media, mobile apps, and other digital channels are all examples of digital marketing used by companies and companies. \_\_\_\_\_, सोशल मीडिया, मोबाइल ऐप और अन्य डिजिटल चैनल सभी कंपनियों और कंपनियों द्वारा उपयोग किए जाने वाले डिजिटल मार्केटिंग के उदाहरण हैं।

- A. Search Engines खोज इंजन
- B. Websites वेबसाइटें
- C. Emails ईमेल
- D. All of the above उपरोक्त सभी

Q25) \_\_\_\_\_ are used in digital marketing. \_\_\_\_\_ का उपयोग डिजिटल मार्केटिंग में किया जाता है।

- A. Electronic devices इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों
- B. Internet इंटरनेट
- C. Both A and B A और B दोनों
- D. None of the above इनमें से कोई भी नहीं



# UNIT 2

Q1.) Which among the following is not a search engine-

निम्नलिखित में से कौनसा सर्च इंजन नहीं है-

- A. Facebook फेसबुक
- B. Yahoo याहू
- C. Bing बिंग
- D. Google गूगल

Q.2.) What does SERP mean? SERP का क्या अर्थ है?

- A. Search Engine Result Page खोज इंजन परिणाम पृष्ठ
- B. Search Engine Resource Page खोज इंजन संसाधन पृष्ठ
- C. Search Engine Result Programme सर्च इंजन रिजल्ट प्रोग्राम
- D. Search Engine Resource Programme खोज इंजन संसाधन कार्यक्रम

Q.3) A word on a web page that, when clicked, opens another document

वेब पेज पर एक शब्द जिसे क्लिक करने पर दूसरा दस्तावेज़ खुलता है

- A. anchor एंकर
- B. URL यूआरएल
- C. hyperlink हाइपरलिंक
- D. reference संदर्भ

Q4) The best way to improve search engine ranking is with (खोज इंजन रैंकिंग में सुधार करने का सबसे अच्छा तरीका है)

- A. Video वीडियो
- B. A blog एक ब्लॉग
- C. Having at least 500 words of text per page प्रति पृष्ठ कम से कम 500 शब्दों का पाठ होना

D. Using a lot of graphics per page प्रति पृष्ठ बहुत सारे ग्राफिक्स का उपयोग करना

Q5) The \_\_\_\_\_ plays a major role in better content creation. ( \_\_\_\_\_ बेहतर सामग्री निर्माण में एक प्रमुख भूमिका निभाता है.)

- A. Icon चिह्न
- B. keyword कीवर्ड
- C. description विवरण
- D. viewport व्यूपोर्ट

Q6) \_\_\_\_\_ is/are part(s) of SEO. एसईओ का हिस्सा है/हैं।

- A. Off-Page ऑफ पेज
- B. On-Page ऑन-पेज
- C. Both A and B A और B दोनों
- D. None of the above उपरोक्त में से कोई नहीं

Q7) What are the types of meta tag . निम्नलिखित में से कौन-सा/से मेटा टैग का/के प्रकार है/हैं?

- A. Meta title मेटा शीर्षक
- B. Meta description tag मेटा विवरण टैग
- C. Meta keyword tag कीवर्ड टैग
- D. All of the above ऊपर के सभी

Q8) In On-Page SEO, website owners use various methods and measures within their own websites to improve their website's \_\_\_\_\_ on search engines. (ऑन-पेज एसईओ में, वेबसाइट के मालिक सर्च इंजन पर अपनी वेबसाइट के \_\_\_\_\_ को बेहतर बनाने के लिए अपनी वेबसाइटों के भीतर विभिन्न तरीकों और उपायों का उपयोग करते हैं।)

- A. Pages पृष्ठों
- B. Ranking श्रेणी
- C. Portal द्वार
- D. Data आंकड़े

Q9) An on-page search engine optimization strategy involves dealing with elements of SEO within a website, such as \_\_\_\_\_, etc. (एक ऑन-पेज सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन रणनीति में एक वेबसाइट के भीतर एसईओ के तत्वों से निपटना शामिल है, जैसे कि \_\_\_\_\_, आदि)

- A. Meta Tags मेटा टैग
- B. Technical Tags तकनीकी टैग
- C. Content Quality सामग्री की गुणवत्ता

D. All of the above ऊपर के सभी

Q10) These tags are not visible to users, but search engines can see them in order to \_\_\_\_\_. (ये टैग उपयोगकर्ताओं को दिखाई नहीं देते हैं, लेकिन सर्च इंजन इन्हें \_\_\_\_\_ के क्रम में देख सकते हैं।)

- A. Index your website अपनी वेबसाइट को इंडेक्स करें
- B. Determine its ranking श्रेणी घोषित करना
- C. Both A and B A और B दोनों
- D. None of the above इनमें से कोई भी नहीं

Q11) How many types of meta tags are there? (मेटा टैग कितने प्रकार के होते हैं?)

- A. 2
- B. 3
- C. 4
- D. 5

Q12) Search engine optimization (SEO) is an effective method for \_\_\_\_\_ the ranking of websites in search engine results. सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन (SEO) सर्च इंजन परिणामों में वेबसाइटों की \_\_\_\_\_ रैंकिंग के लिए एक प्रभावी तरीका है।

- A. Increasing बढ़ रहा है
- B. Decreasing घट रहा है
- C. Lowering कम करना
- D. None कोई नहीं

Q13) Which of the following key metrics is/are used by search engines? निम्नलिखित में से कौन सा प्रमुख मीट्रिक खोज इंजन द्वारा उपयोग किया जाता है?

- A. Links लिंक
- B. Content सामग्री
- C. Page Structure पृष्ठ संरचना
- D. All of the above उपरोक्त सभी

Q14) What are the links from other sites called? अन्य साइटों के लिंक क्या कहलाते हैं?

- A. Frontlinks फ्रंटलिंक
- B. Backlinks बैकलिंक
- C. Boundlinks बाउंडलिंक
- D. Hidelinks हिडलिंक

Q15) Which of the following is/are the type of SEO? निम्नलिखित में से कौन-सा/से SEO का प्रकार है/हैं?

- A. White Hat सफेद टोपी
- B. Black Hat ब्लैक हैट
- C. Both A and B A और B दोनों
- D. None of the above उपरोक्त में से कोई नहीं

Q16) Which of the following is/are an/example of White Hat SEO? निम्नलिखित में से कौन-सा/से व्हाइट हैट एसईओ का/के एक उदाहरण है/हैं?

- A. Quality Content गुणवत्ता सामग्री
- B. Internal Linking आंतरिक लिंकिंग
- C. Link Building लिंक बिल्डिंग
- D. All of the above उपरोक्त सभी

Q17) Which of the following is/are an/example of Black Hat SEO? निम्न में से कौन सा/से ब्लैक हैट एसईओ का/के एक उदाहरण है/हैं?

- A. Keyword Stuffing कीवर्ड स्टफिंग
- B. Duplicate Content डुप्लिकेट सामग्री
- C. Cloaking क्लोकिंग
- D. All of the above उपरोक्त सभी

Q18) Search Engine works in the following stage(s) - सर्च इंजन निम्न चरणों में काम करता है -

- A. Crawling क्रॉलिंग
- B. Indexing अनुक्रमण
- C. Retrieval पुनर्प्राप्ति
- D. All of the above उपरोक्त सभी

Q19) One or more IP addresses are identified by a \_\_. एक या एक से अधिक आईपी एड्रेस को \_\_\_\_ द्वारा पहचाना जाता है।

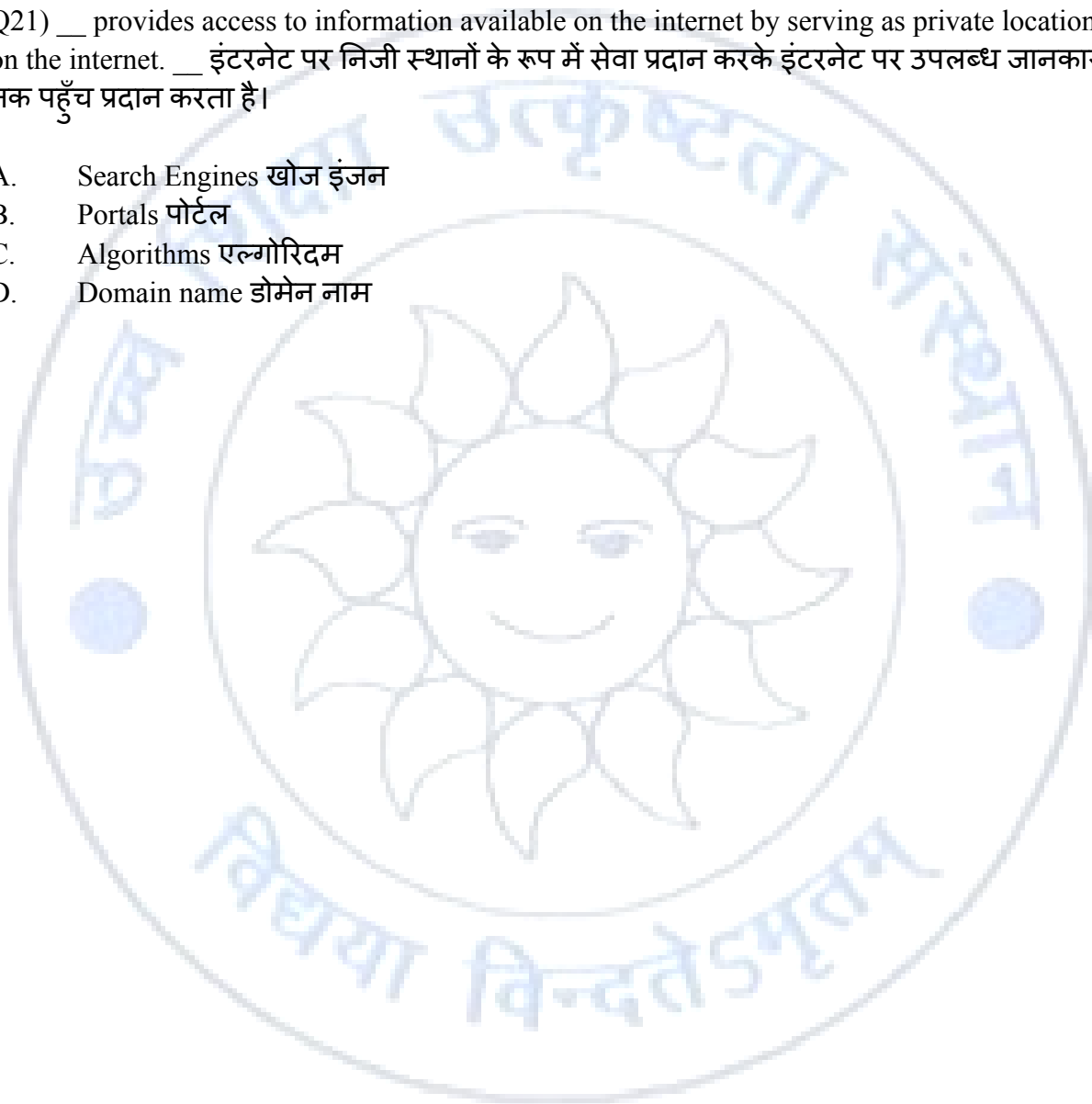
- A. Search Engine खोज इंजन
- B. Portal पोर्टल
- C. Domain Name डोमेन नाम
- D. Algorithm एल्गोरिथम

Q20) Which of the following is a popular search engine? निम्न में से कौन सा लोकप्रिय सर्च इंजन है?

- A. Google गूगल
- B. Bing बिंग
- C. Yahoo याहू
- D. All of the above उपरोक्त सभी

Q21) \_\_ provides access to information available on the internet by serving as private locations on the internet. \_\_ इंटरनेट पर निजी स्थानों के रूप में सेवा प्रदान करके इंटरनेट पर उपलब्ध जानकारी तक पहुँच प्रदान करता है।

- A. Search Engines खोज इंजन
- B. Portals पोर्टल
- C. Algorithms एल्गोरिदम
- D. Domain name डोमेन नाम



# UNIT 3

Q1.)The customer resource pages of a company on “Facebook” are an example of

"फेसबुक" पर एक कंपनी के ग्राहक संसाधन पृष्ठ इसका एक उदाहरण हैं

- A.Viral Marketingवायरल मार्केटिंग
- B.Digital Marketingडिजिटल मार्केटिंग
- C.Network Marketingनेटवर्क मार्केटिंग
- D.Referral Marketingरेफरल मार्केटिंग

Q2) Publishing ads through Facebook would fall under which media type?

फेसबुक के माध्यम से विज्ञापन प्रकाशित करना किस मीडिया प्रकार के अंतर्गत आता है?

- A. Owned media, because of your Facebook Pageआपके फेसबुक पेज की वजह से मीडिया का स्वामित्व
- B. Social media channelसोशल मीडिया चैनल
- C. Paid mediaपेड मीडिया
- D. Depends on the campaign parameters you add to your landing page link(आपके द्वारा अपने लैंडिंग पृष्ठ लिंक में जोड़े गए अभियान पैरामीटर पर निर्भर करता है)

Q.3)Name the features offered by LinkedIn for paid business accounts(भुगतान किए गए व्यावसायिक खातों के लिए लिंकडइन द्वारा प्रदान की जानेवाली सुविधाओं के नाम बताएं)

- A. Facilitate posting pictures(चित्र पोस्ट करने की सुविधा प्रदान करें)
- B.Facilitate to connect directly and send messages to people(सीधे कनेक्ट करने और लोगों को संदेश भेजने की सुविधा)
- C. Ability to post in Groups and create a Group(ग्रुप में पोस्ट करने और ग्रुप बनाने की क्षमता)
- D. Ability to block users(उपयोगकर्ताओं को ब्लॉक करने की क्षमता)



Q4) What is – ‘Websites and applications that enable users to create and share content or to participate in social networking’? क्या है - 'वेबसाइट और एप्लिकेशन जो उपयोगकर्ताओं को सामग्री बनाने और साझा करने या सोशल नेटवर्किंग में भाग लेने में सक्षम बनाती हैं'?

- A. Search Engine खोज इंजन
- B. Browser ब्राउज़र
- C. Internet इंटरनेट
- D. Social-Media सोशल-मीडिया

Q5.) Identify the disadvantage of social media- सोशल मीडिया के नुकसान को पहचानें-

- A. Reach your Target Audience अपने लक्षित दर्शकों तक पहुंचें
- B. Create organic content जैविक सामग्री बनाएँ
- C. Risk of Security Breach सुरक्षा उल्लंघन का जोखिम
- D. Increase brand visibility ब्रांड दृश्यता बढ़ाएँ

Q6.) Which among the following is one the most used social media application for online advertisements? निम्नलिखित में से कौन सा ऑनलाइन विज्ञापनों के लिए सबसे अधिक उपयोग किया जाने वाला सोशल मीडिया एप्लिकेशन है?

- A. Facebook फेसबुक
- B. Snapchat स्नैपचैट
- C. Twitter ट्विटर
- D. Instagram इंस्टाग्राम

Q7) Which one of the following statements is true? (निम्नलिखित में से कौन सा कथन सत्य है?)

- A. LinkedIn works best for B2B organizations  
लिंकडइन B2B संगठनों के लिए सबसे अच्छा काम करता है
- B. Pinterest is great for driving traffic to your product catalog on your website  
Pinterest आपकी वेबसाइट पर आपके उत्पाद कैटलॉग में ट्रैफिक चलाने के लिए बहुत अच्छा है

C. Facebook is excellent for businesses that operate in the consumer market  
बुक उन व्यवसायों के लिए उत्कृष्ट है जो उपभोक्ता बाजार में काम करते हैं  
D. All of the above  
उपरोक्त सभी

Q8) \_\_\_\_ is/are the main component(s) of digital marketing. (\_\_\_\_ डिजिटल मार्केटिंग का मुख्य घटक है/हैं)

- A. SEO एसईओ
- B. SMO एसएमओ
- C. SEM
- D. All of the above ऊपर के सभी

Q9) What is the full form of SEM? (SEM का पूर्ण रूप क्या है?)

- A. Social Engine Marketing सोशल इंजन मार्केटिंग
- B. Search Engine Marketing खोज इंजन विपणन
- C. Search Engine Management खोज इंजन प्रबंधन
- D. Social Engine Management सामाजिक इंजन प्रबंधन

Q10) What is meant by the concept of "viral" in social media?(सोशल मीडिया में "वायरल" की अवधारणा का क्या अर्थ है?)

- A. Social media which is spread to viewers by the consumer, growing in popularity सोशल मीडिया जो उपभोक्ता द्वारा दर्शकों तक फैलाया जाता है, लोकप्रियता में बढ़ रहा है
- B. Advertising which can easily be emailed विज्ञापन जिसे आसानी से ईमेल किया जा सकता है
- C. Marketing advertisements which are not serious विपणन विज्ञापन जो गंभीर नहीं हैं
- D. None of the above उपरोक्त में से कोई नहीं

Q11) Which social network is considered the most popular for business to business marketing? (किस सामाजिक नेटवर्क को व्यवसाय से व्यापार विपणन के लिए सबसे लोकप्रिय माना जाता है?)

- A. Facebook
- B. Orkut
- C. Ryze
- D. LinkedIn

Q12) What is meant by Brand Management? ब्रांड प्रबंधन से क्या तात्पर्य है?

- A. Managing the marketing staff विपणन कर्मचारियों का प्रबंधन
- B. Management of the marketing budget विपणन बजट का प्रबंधन
- C. The company executive management team कंपनी कार्यकारी प्रबंधन टीम

D. None of the above उपरोक्त में से कोई नहीं

Q13) Which of the following is valuable in increasing a page rank? (पृष्ठ रैंक बढ़ाने में निम्नलिखित में से कौन सा मूल्यवान है?)

- A. Paying for placement प्लेसमेंट के लिए भुगतान
- B. Static content स्थैतिक सामग्री
- C. Quantity of links from other highly ranked pages to your site आपकी साइट के अन्य उच्च रैंक वाले पृष्ठों से लिंक की मात्रा
- D. None of the above उपरोक्त में से कोई नहीं

Q14) A \_\_\_\_\_ is technology used to compress/decompress video files. एक \_\_\_\_\_ तकनीक है जिसका उपयोग वीडियो फ़ाइलों को कंप्रेस/ डीकंप्रेस करने के लिए किया जाता है।

- A. Mobile मोबाइल
- B. Codec कोडेक
- C. File रेती
- D. None of these इनमें से कोई नहीं

Q15) Why would a company possibly want to spend more on PPC early on? (क्यों एक कंपनी पीपीसी पर अधिक खर्च करना चाहेगी?)

- A. It costs less early on यह जल्दी कम खर्च करता है
- B. To drive traffic to their site and increase awareness अपनी साइट पर यातायात चलाने और जागरूकता बढ़ाने के लिए
- C. To let the competition know they are serious प्रतियोगिता को यह बताने के लिए कि वे गंभीर हैं
- D. None of the above उपरोक्त में से कोई नहीं

# UNIT 4

Q1).What is the purpose of pay per click advertising? (भुगतान प्रति क्लिक विज्ञापन का उद्देश्य क्या है? )

- A] To increase brand awareness ब्रांड जागरूकता बढ़ाने के लिए
- B] To attract targeted customers लक्षित ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए
- C] To increase organic visits to a website किसी वेबसाइट पर ऑर्गेनिक विज़िट बढ़ाने के लिए
- D] To buy visits to a website किसी वेबसाइट पर विज़िट खरीदने के लिए

Q2) How does Google AdWords work? (Google ऐडवर्ड्स कैसे काम करता है?)

- A] There is no cost associated with using AdWords. ऐडवर्ड्स का उपयोग करने से जुड़ी कोई कीमत नहीं है
- B] Ads are displayed in the same order for everyone. विज्ञापन सभी के लिए एक ही क्रम में प्रदर्शित होते हैं
- C] AdWords ranks ads based on their Quality Score only. ऐडवर्ड्स विज्ञापनों को केवल उनके गुणवत्ता स्कोर के आधार पर रैंक करता है।
- D] Google AdWords uses the bidding system to rank the listings. Google ऐडवर्ड्स लिस्टिंग को रैंक करने के लिए बिडिंग सिस्टम का उपयोग करता है।

Q3) What are the three important terms of AdWords? ऐडवर्ड्स की तीन महत्वपूर्ण शर्तें क्या हैं?

- A] Quality Score, Maximum Bid, and Budget गुणवत्तास्कोर, अधिकतम बोली और बजट
- B] Quality Score, Impression Rate, and Budget गुणवत्तास्कोर, छापदर, और बजट
- C] Cost Per Click, Cost Per Impression, or Cost Per Conversion. मूल्य प्रति क्लिक, मूल्य प्रति छाप, या मूल्य प्रति रूपांतरण।
- D] Maximum Bid, Impression Rate, and Cost Per Conversion अधिकतम बिड, इम्प्रेसन रेट और मूल्य प्रति रूपांतरण

Q4) What type of display advertising involves the advertiser/marketer choosing the website they would like to run their display ads on?

किस प्रकार के प्रदर्शन विज्ञापन में विज्ञापनदाता/विपणक उस वेबसाइट को चुनते हैं जिस पर वे अपने प्रदर्शन विज्ञापन चलाना चाहते हैं?

- A. Social media advertising सोशल मीडिया विज्ञापन
- B. Native advertising मूल विज्ञापन
- C. Network advertising नेटवर्क विज्ञापन
- D. Site placement advertising साइट प्लेसमेंट विज्ञापन

Q5) What is the purpose of Online Reputation Management? ( ऑनलाइन प्रतिष्ठा प्रबंधन का उद्देश्य क्या है )

- A] To create positive publicity. सकारात्मक प्रचार बनाने के लिए
- B] To actively monitor mentions of a brand on websites and social media, and to respond to negative customer comments or stories in the media.

वेबसाइटों और सोशल मीडिया पर एक ब्रांड के उल्लेखों की सक्रिय रूप से निगरानी करने के लिए, और नकारात्मक ग्राहक टिप्पणियों या मीडिया में कहानियों का जवाब देने के लिए

- C] To delete malicious posts or comments. दुर्भावनापूर्ण पोस्ट या टिप्पणियों को हटाने के लिए
- D] To increase brand presence. ब्रांड उपस्थिति बढ़ाने के लिए

Q6). How can online reputation management help protect a brand's online presence? ( ऑनलाइन प्रतिष्ठा प्रबंधन किसी ब्रांड की ऑनलाइन उपस्थिति को सुरक्षित रखने में कैसे मदद कर सकता है? )

- A. By monitoring the brand's online presence. ब्रांड की ऑनलाइन उपस्थिति की निगरानी करके
- B. By posting positive comments about the brand. ब्रांड के बारे में सकारात्मक टिप्पणी पोस्ट करके
- C. By taking care of small negative comments and low star ratings. छोटी-छोटी नकारात्मक टिप्पणियों और कम स्टार रेटिंग का ध्यान रखकर
- D. By launching full-scale PR campaigns. पूर्ण पैमाने पर पीआर अभियान शुरू करके

Q7). How can affiliate marketing help my business? (Affiliate Marketing मेरे व्यवसाय में कैसे मदद कर सकता है?)

- A] Increase website traffic. वेबसाइट ट्रैफिक बढ़ाएँ
- B] Increase revenue. राजस्व बढ़ाएँ
- C] Improve customer service. ग्राहक सेवा में सुधार
- D] Grow brand awareness. ब्रांड जागरूकता बढ़ाएँ

Q8). What is affiliate marketing? एफिलिएट मार्केटिंग क्या है?

A] The simplest explanation is that affiliate marketing is when you offer your product or service to publishers (aka affiliates) to promote on your behalf.

ए] सबसे सरल व्याख्या यह है कि सहबद्ध विपणन तब होता है जब आप अपनी ओर से प्रचार करने के लिए प्रकाशकों (उर्फ सहयोगी) को अपना उत्पाद या सेवा प्रदान करते हैं

B] Affiliate marketing involves paying a commission to someone who promotes your products on their website.

बी] संबद्ध विपणन में किसी ऐसे व्यक्ति को कमीशन देना शामिल है जो आपके उत्पादों को अपनी वेबसाइट पर बढ़ावा देता है।

C] Affiliate marketing is when you offer other people's products on your site. संबद्ध विपणन तब होता है जब आप अपनी वेबसाइट पर अन्य लोगों के उत्पादों की पेशकश करते हैं।

डी] संबद्ध विपणन तब होता है जब आप उन ग्राहकों के लिए छूट प्रदान करते हैं जो नए ग्राहकों को संदर्भित करते हैं।

Q9.) Ecommerce stores can use social media to- ईकॉमर्स स्टोर सोशलमीडिया का उपयोग कर सकते हैं-

- A. build brand awareness ब्रांड जागरूकता का निर्माण
- B. attract online followers ऑनलाइन अनुयायियों को आकर्षित करें
- C. generate online sales ऑनलाइन बिक्री उत्पन्न करें
- D. All of the above. उपरोक्त सभी।



Q10) What is a backlink strategy? बैकलिंकरण नीति क्या है?

- A. External Links arriving on my website मेरी वेबसाइट पर आनेवाले बाहरी लिंक
- B. Internal Link in my site मेरी साइट में आंतरिक लिंक
- C. Hyperlink of my site मेरी साइट का हाइपरलिंक
- D. Technology behind external sources बाहरी स्रोतों के पीछे प्रौद्योगिकी

Q11) Marketing that moves away from a transaction-based effort to a conversation (i.e. two-way dialogue) and can be described as a situation or mechanism through which marketers and a customer (e.g. stakeholders) interact usually in real-time is known as:

विपणन जो लेनदेन-आधारित प्रयास से बातचीत (यानी दो-तरफा संवाद) में चला जाता है और इसे एक ऐसी स्थिति या तंत्र के रूप में वर्णित किया जा सकता है जिसके माध्यम से विपणक और ग्राहक (जैसे हितधारक) आमतौर पर वास्तविक समय में बातचीत करते हैं:

- A. Direct Marketing प्रत्यक्ष विपणन
- B. Electronic marketing इलेक्ट्रॉनिक विपणन
- C. Interactive Marketing इंटरैक्टिव विपणन
- D. Indirect Marketing अप्रत्यक्ष विपणन

Q12) A \_\_\_\_ is a webpage item listed in a search results list (\_\_\_\_ एक वेबपेज आइटम है जो खोज परिणाम सूची में सूचीबद्ध है.)

- A. Hit हिट
- B. Spider स्पाइडर
- C. Keyword संकेतशब्द
- D. Bot बॉट

Q13) What is the illegal act of copying of a page by unauthorized parties in order to filter off traffic to another site called? (अनधिकृत पार्टियों द्वारा किसी अन्य साइट पर ट्रैफिक को फिल्टर करने के लिए पृष्ठ की प्रतिलिपि बनाने का अवैध कार्य क्या है?)

- A. View Jacking देखें जैकिंग
- B. Visitors Jacking आगंतुक जैकिंग
- C. Page Jacking पेज जैकिंग
- D. Traffic jacking ट्रैफिक जैकिंग

Q14) What are organic search results? (कार्बनिक खोज परिणाम क्या हैं?)

- A. Results based on content and keyword relevancy, free of commercial investment सामग्री और कीवर्ड प्रासंगिकता पर आधारित परिणाम, वाणिज्यिक निवेश से मुक्त
- B. Results organized by how often the search term is used outside the internet इंटरनेट के बाहर खोज शब्द का उपयोग कितनी बार किया जाता है,
- C. Results free of intentional keyword optimization इस बात से व्यवस्थित परिणाम जानबूझकर कीवर्ड अनुकूलन से मुक्त परिणाम
- D. Results based on originality of content सामग्री की मौलिकता के आधार पर परिणाम

Q15) What acronym refers to the results produced when a search is entered? (खोज दर्ज किए जाने पर उत्पादित परिणामों को क्या संक्षिप्त रूप दिया जाता है?)

- A. ROS
- B. ROI
- C. GSFR
- D. SERP

Q16) Which of the following is an important step to analyze a competitor's website? प्रतिस्पर्धी की वेबसाइट का विश्लेषण करने के लिए निम्न में से कौन सा एक महत्वपूर्ण कदम है?

- A. Find out your SEO competitors अपने एसईओ प्रतियोगियों का पता लगाएं
- B. Visit competitors' site प्रतिस्पर्धियों की साइट पर जाएँ
- C. Check competitors' backlinks प्रतियोगियों के बैकलिंक्स की जाँच करें
- D. All of the above उपरोक्त सभी

Q17) Which of the following are the internal factors in SWOT Analysis? SWOT विश्लेषण में निम्नलिखित में से कौन से आंतरिक कारक हैं?

- A. Strengths ताकत
- B. Weaknesses कमजोरियाँ
- C. Both A and B A और B दोनों
- D. None of the above उपरोक्त में से कोई नहीं

Q18) How many heading tags there could be? कितने शीर्षक टैग हो सकते हैं?

- A. 4
- B. 5
- C. 6
- D. 7

# Unit 5

Q1) Affiliates receive a percentage of each sale's \_\_\_\_\_. (सहयोगी प्रत्येक बिक्री के \_\_\_\_\_ का प्रतिशत प्राप्त करते हैं)

- A. Profit लाभ
- B. Loss हानि
- C. Average Profit औसत लाभ
- D. Average Loss औसत नुकसान

Q2) In the email campaign, \_\_\_\_\_ delivers the advertisements into the group of targeted customers. ईमेल अभियान में, \_\_\_\_\_ विज्ञापनों को लक्षित ग्राहकों के समूह में वितरित करता है।

- A. Spoofing स्पूफिंग
- B. Indirect email marketing अप्रत्यक्ष ईमेल विपणन
- C. Direct email marketing प्रत्यक्ष ईमेल विपणन
- D. Spamming स्पैमिंग

Q3.) In order to identify the users, web analytics tools need to report on? उपयोगकर्ताओं की पहचान करने के लिए, वेब एनालिटिक्स टूल को किस पर रिपोर्ट करने की आवश्यकता है?

- A. User sessions उपयोगकर्ता सत्र
- B. Unique users अद्वितीय उपयोगकर्ता
- C. Page Views पृष्ठ दृश्य
- D. Bounce Rate बाउंस दर

Q4) Which metrics would accurately indicate the success of the latest Facebook post? कौनसे मेट्रिक्स नवीनतम फेसबुक पोस्ट की सफलता का सटीक संकेत देंगे?

- A. Likes and click-through पसंद और क्लिक-थ्रू
- B. Impressions and click-through इंप्रेशन और क्लिक-थ्रू
- C. Reach and engagement पहुंच और जुड़ाव
- D. Sessions and pageviews सत्र और पृष्ठदृश्य

Q5.) The immediate purpose of analyzing digital analytics data is to: डिजिटल एनालिटिक्स डेटा का विश्लेषण करने का तात्कालिक उद्देश्य है:

- A. Make better decisions about your business अपने व्यवसाय के बारे में बेहतर निर्णय लें
- B. Generate more revenue from your website अपनी वेबसाइट से अधिक राजस्व उत्पन्न करें
- C. Define the ideal customers for your business अपने व्यवसाय के लिए आदर्श ग्राहकों को परिभाषित करें
- D. Drive more traffic to your website अपनी वेबसाइट पर अधिक ट्रैफिक लाएं

Q6) When a customer clicks on your PPC ad, they arrive on your \_\_\_\_ page. जब कोई ग्राहक आपके पीपीसी विज्ञापन पर क्लिक करता है, तो वे आपके \_\_\_\_ पेज पर पहुंच जाते हैं।

- A. Home घर
- B. About के बारे में
- C. Landing लैंडिंग
- D. Contact संपर्क

Q7) Which of the following marketing techniques are most likely to pay you? (निम्नलिखित में से कौन सी विपणन तकनीक आपको भुगतान करने की सबसे अधिक संभावना है?)

- A. Pay per click advertising विज्ञापन के प्रति क्लिक भुगतान करें
- B. Using social media marketing strategies सोशल मीडिया विपणन रणनीतियों का उपयोग करना
- C. Posting press releases प्रेस विज्ञापन पोस्ट करना
- D. Article marketing लेख विपणन

Q8) What is an ad group? (एक विज्ञापन समूह क्या है?)

- A. An ad group is a collection of related keywords and ads. एक विज्ञापन समूह संबंधित कीवर्ड और विज्ञापनों का एक संग्रह है

- B. An ad group is a collection of related ads. एक विज्ञापन समूह संबंधित विज्ञापनों का एक संग्रह है
- C. An ad group is a collection of related campaign settings and ads. एक विज्ञापन समूह संबंधित अभियान सेटिंग और विज्ञापनों का एक संग्रह है.
- D. An ad group is a library of your ads grouped by category. विज्ञापन समूह श्रेणी के आधार पर समूहीकृत आपके विज्ञापनों की एक लाइब्रेरी होती है.

Q9) In recent years, digital marketing has also become more reliant on \_\_\_\_\_. हाल के वर्षों में, डिजिटल मार्केटिंग भी \_\_\_\_\_ पर अधिक निर्भर हो गई है।

- A. Email ईमेल
- B. Affiliate संबद्ध
- C. Both A and B A और B दोनों
- D. None of the above इनमें से कोई भी नहीं

Q10) Using \_\_\_\_\_, you improve your site's structure and content and conduct promotional activities to enhance your ranking on search engines. ( \_\_\_\_\_ का उपयोग करके, आप अपनी साइट की संरचना और सामग्री में सुधार करते हैं और खोज इंजनों पर अपनी रैंकिंग बढ़ाने के लिए प्रचार गतिविधियों का संचालन करते हैं)

- A. Search Engine Optimization सर्च इंजन अनुकूलन
- B. Social Media Marketing सामाजिक माध्यम बाजारीकरण
- C. Social Media Optimization सोशल मीडिया अनुकूलन
- D. Search Engine Marketing खोज इंजन विपणन

Q11) . The important On-Page SEO factor(s) is/are - (महत्वपूर्ण ऑन-पेज एसईओ कारक है/हैं -)

- A. Meta Tags मेटा टैग
- B. Sitemap साइट मैप
- C. Canonical Tag कैननिकल टैग
- D. All of the above ऊपर के सभी

Q12) . \_\_\_\_\_ contain meta tags that contain information about their content. ( \_\_\_\_\_ में मेटा टैग होते हैं जिनमें उनकी सामग्री के बारे में जानकारी होती है)

- A. Pages पृष्ठों
- B. Sites साइटों
- C. Portals पोर्टल
- D. Browsers ब्राउज़र्स

Q13) As Meta Tags help search engines \_\_\_\_\_ the page, they are extremely important in terms of SEO. (जैसा कि मेटा टैग खोज इंजन \_\_\_\_\_ पेज की मदद करते हैं, वे एसईओ के मामले में बेहद महत्वपूर्ण हैं।)

- A. Understand समझना
- B. Index अनुक्रमणिका
- C. Both A and B A और B दोनों
- D. None of the above इनमें से कोई भी नहीं

Q14) Heading tags should be arranged in the following order: \_\_, etc. हेडिंग टैग्स को निम्नलिखित क्रम में व्यवस्थित किया जाना चाहिए: \_\_, आदि।

- A. H2, H1, H3 एच 2, एच 1, एच 3
- B. H1, H3, H2 एच 1, एच 3, एच 2
- C. H2, H3, H1 एच 2, एच 3, एच 1
- D. H1, H2, H3 एच 1, एच 2, एच 3

Q15) What are landing pages? (लैंडिंग पृष्ठ क्या हैं?)

- A. Social media profiles. सोशल मीडिया प्रोफाइल
- B. The destination page a user arrives on after clicking a link. सोशल मीडिया प्रोफाइल
- C. Pages marketers create to showcase banner ads. सोशल मीडिया प्रोफाइल
- D. A website's home page. एक वेबसाइट का होम पेज

Q16) What does Alt text stand for? ऑल्ट टेक्स्ट का क्या अर्थ है?

- A. Alternate text वैकल्पिक पाठ
- B. Alternative text वैकल्पिक पाठ
- C. Alternation text वैकल्पिक पाठ
- D. Alter text पाठ बदलें

Q17) How to write good alt text? अच्छा ऑल्ट टेक्स्ट कैसे लिखें?

- A. Make it descriptive इसे वर्णनात्मक बनाएं
- B. Make it short इसे छोटा करें
- C. Use keywords खोजशब्दों का प्रयोग करें
- D. All of the above उपरोक्त सभी

Q18) Which of the following tools allows you to track page views, unique visitors and conversion statistics? (निम्नलिखित में से कौन सा उपकरण आपको पृष्ठ दृश्य, अद्वितीय आगंतुकों और रूपांतरण आंकड़ों को ट्रैक करने की अनुमति देता है?)

- A. Google AdWords
- B. Alexa
- C. Google Analytics
- D. Wordpress

Q19) It indicates a \_\_ web host if the server downtime affects websites frequently. यदि सर्वर डाउनटाइम वेबसाइटों को बार-बार प्रभावित करता है तो यह एक \_\_ वेब होस्ट को इंगित करता है।



- A. Reliable विश्वसनीय
- B. Non-reliable गैर-भरोसेमंद
- C. Reliant विश्वसनीय
- D. Non-reliant गैर-भरोसेमंद

Q20) Which of the following is a type of link for Off-Page SEO? निम्न में से कौन सा ऑफ पेज SEO के लिए एक प्रकार का लिंक है?

- A. Natural प्राकृतिक
- B. Built निर्मित
- C. Created बनाया गया
- D. All of the above उपरोक्त सभी

Q21) What is the purpose of sending a monthly newsletter? (मासिक न्यूजलेटर भेजने का उद्देश्य क्या है?)

- A. It creates work for employees at the company यह कंपनी में कर्मचारियों के लिए काम बनाता है
- B. It builds branding creates awareness and connection with potential clients यह ब्रांडिंग बनाता है जो संभावित ग्राहकों के साथ जागरूकता और संबंध बनाता है
- C. It gives people a chance to opt out of ever talking to your company again यह लोगों को आपकी कंपनी से फिर से बात करने से बाहर निकलने का मौका देता है
- D. All of the above उपरोक्त सभी

# Short Answer Type

<b>Unit 1</b>	<b>Introduction to Digital Marketing</b>  Q1) Define Blog with example. ब्लॉग को उदाहरण सहित परिभाषित कीजिए।  Q2) Define e-Commerce, explain its three features ई-कॉमर्स को परिभाषित कीजिए, इसकी तीन विशेषताओं की व्याख्या कीजिए  Q3) Write short notes on off page optimisation ऑफ पेज ऑप्टिमाइजेशन पर शॉर्ट नोट्स लिखें  Q4) Explain any two social media analytical tools किन्हीं दो सोशल मीडिया विश्लेषणात्मक उपकरणों की व्याख्या करें  Q5) What do you understand by report generation प्रतिवेदन निर्माण से आप क्या समझते हैं?  Q6) Why online reputation management is required ऑनलाइन प्रतिष्ठा प्रबंधन की आवश्यकता क्यों है  Q7) What is SWOT Analysis? Give a SWOT analysis strategy for digital marketing. (SWOT विश्लेषण क्या है। डिजिटल मार्केटिंग के लिए SWOT विश्लेषण रणनीति दें)  Q8) Discuss in detail different types of websites with examples. (विभिन्न प्रकार की वेबसाइटों का उदाहरण सहित विस्तार से वर्णन कीजिए)  Q9) Differentiate between traditional marketing and digital marketing. (पारंपरिक विपणन और डिजिटल विपणन के बीच अंतर कीजिए)  Q10) How can you categorize Digital marketing? (आप डिजिटल मार्केटिंग को कैसे वर्गीकृत कर सकते हैं?)
<b>Unit 2</b>	<b>Search Engine Optimisation (SEO)</b>  Q1) Write steps to create a Search Engine Optimization marketing report. (सर्चइंजन ऑप्टिमाइजेशन मार्केटिंग रिपोर्ट बनाने के चरण लिखें।)

	<p>Q2) What are the most effective ways to increase traffic to your website? (आपकी वेबसाइट पर ट्रैफ़िक बढ़ाने के सबसे प्रभावी तरीके क्या हैं?)</p> <p>Q3) What are on-page and off-page optimization?(ऑन-पेज और ऑफ-पेज ऑप्टिमाइज़ेशन क्या हैं?)</p>
<b>Unit 3</b>	<p><b>Social Media Optimisation (SMO)</b></p> <p>Q1) What is a Hash Tag? How can you increase followers on Twitter? हैशटैग क्या है? आप ट्विटर पर फॉलोअर्स कैसे बढ़ा सकते हैं?</p>
<b>Unit 4</b>	<p><b>Search Engine Marketing</b></p> <p>Q1) Define- (a) PPC. (b) Search Engine Marketing.(परिभाषित करें- (ए) PPC (बी) खोज इंजन विपणन)</p> <p>Q2) Write about domain name and hosting. (डोमेन नाम और होस्टिंग के बारे में लिखें)</p> <p>Q3) Please define SEO in brief? कृपया संक्षेप में SEO को परिभाषित करें</p>
<b>Unit 5</b>	<p><b>Website Traffic Analysis, Affiliate Marketing, Ad Designing</b></p> <p>Q1) What are Google Ads? Explain the importance of Google Ads in digital marketing. Google विज्ञापन क्या हैं? डिजिटल मार्केटिंग में Google विज्ञापनों के महत्व की व्याख्या करें।</p> <p>Q2) Why are social media analytics tools important and why business need them? सोशल मीडिया एनालिटिक्स टूल क्यों महत्वपूर्ण हैं और व्यवसाय को उनकी आवश्यकता क्यों है?</p> <p>Q3) Explain keywords in Digital marketing? How important is it for SEO?UNIT -5 डिजिटल मार्केटिंग में कीवर्ड्स के बारे में बताएं? SEO के लिए कितना जरूरी है?</p>

# Long Answer Type

Unit 1	<p><b>Introduction to Digital Marketing</b></p> <p>Q1) Explain the categories of digital marketing platforms.(डिजिटल मार्केटिंग प्लेटफॉर्म की श्रेणियों की व्याख्या करें)</p> <p>Q2) Discuss various emerging trends in digital marketing in Indian context.(भारतीय संदर्भ में डिजिटल मार्केटिंग में विभिन्न उभरती प्रवृत्तियों पर चर्चा करें)</p> <p>Q3) Name some useful Digital Marketing tools. (कुछ उपयोगी डिजिटल मार्केटिंग टूल्स के नाम बताएं)</p> <p>Q4) What are the features, advantages, limitations of Online Marketing? (ऑनलाइन मार्केटिंग की विशेषताएँ, लाभ, सीमाएँ क्या हैं?)</p> <p>Q5) Why is online marketing preferred more than offline marketing? (ऑनलाइन मार्केटिंग को ऑफलाइन मार्केटिंग से ज्यादा तरजीह क्यों दी जाती है? ट्रेडिशनल मार्केटिंग और डिजिटल मार्केटिंग में अंतर भी बताएं)</p> <p>Q6) What are the different types of Digital Marketing?(डिजिटल मार्केटिंग के विभिन्न प्रकार क्या हैं?)</p> <p>Q7) What is the difference between Digital Marketing and Social Media Marketing? Explain in Detail. डिजिटल मार्केटिंग और सोशल मीडिया मार्केटिंग में क्या अंतर है? विस्तार से बताएं</p> <p>Q8) What is meant by Digital Marketing, how it is different from traditional marketing.(डिजिटल मार्केटिंग का क्या मतलब है, यह पारंपरिक मार्केटिंग से कैसे अलग है)</p>
--------	---

Unit 2	<p><b>Search Engine Optimisation (SEO)</b></p> <p>Q1) What is Instagram Marketing. Write the strategy to promote business on Instagram.(इंस्टाग्राम मार्केटिंग क्या है।इंस्टाग्राम पर व्यवसाय को बढ़ावा देने की रणनीति लिखें)</p> <p>Q2) What is Advanced Facebook Marketing? Discuss some features of Advance Facebook Marketing.(एडवांस्ड फेसबुक मार्केटिंग क्या है? एडवांस फेसबुक मार्केटिंग की कुछ विशेषताओं पर चर्चा करें)</p> <p>Q3) What do you understand about Search Engine Optimisation(SEO)? Explain some features. सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन से आप क्या समझते हैं? कुछ विशेषताओं को स्पष्ट कीजिए।</p> <p>Q4) What is the importance of doing keyword research? कीवर्ड रिसर्च करने का क्या महत्व है?</p>
Unit 3	<p><b>Social Media Optimisation (SMO)</b></p> <p>Q1) What is Instagram Marketing. Write the strategy to promote business on Instagram.(इंस्टाग्राममार्केटिंग क्या है।इंस्टाग्राम पर व्यवसाय को बढ़ावा देने कीरणनीति लिखें)</p> <p>Q2) What is Advanced Facebook Marketing? Discuss some features of Advance Facebook Marketing.(एडवांस्ड फेसबुक मार्केटिंग क्या है? एडवांस फेसबुक मार्केटिंग की कुछ विशेषताओं पर चर्चा करें)</p> <p>Q3)What are the steps to keep in mind while create a blog on wordpress, what are the benefits to create blog on Wordpress. (वर्डप्रेस पर ब्लॉग बनाते समय किन बातों का ध्यान रखना चाहिए, वर्डप्रेस पर ब्लॉग बनाने के क्या फायदे हैं)</p> <p>Q4) What is Social Media Optimisation, what are the methods by which it is processed. Explain the types in detail. सोशल मीडिया ऑप्टिमाइजेशन क्या है, वे कौन से तरीके हैं जिनके द्वारा इसे संसाधित किया जाता है। प्रकारों को विस्तार से समझाइए।</p> <p>Q5) Define LinkedIn Marketing. Describe various ways to market in LinkedIn. (LinkedIn मार्केटिंग को परिभाषित करें। LinkedIn में मार्केटिंग के विभिन्न तरीकों का वर्णन करें)</p>

<b>Unit 4</b>	<p><b>Search Engine Marketing</b></p> <p>Q1) Describe search campaign. Discuss objectives and types of search campaign (खोज अभियान का वर्णन करें। खोज अभियान के उद्देश्यों और प्रकारों पर चर्चा करें)</p> <p>Q2) What is social media, discuss the benefits of social media marketing in detail (सोशल मीडिया क्या है? सोशल मीडिया मार्केटिंग के लाभों पर विस्तार से चर्चा करें)</p> <p>Q3) Explain display advertising techniques. Discuss different types of display advertising techniques. (प्रदर्शन विज्ञापन तकनीकों की व्याख्या करें। विभिन्न प्रकार की प्रदर्शन विज्ञापन तकनीकों पर चर्चा करें)</p> <p>Q4) Discuss the importance and types of email marketing (ईमेल मार्केटिंग के महत्व और प्रकारों पर चर्चा करें)</p> <p>Q5) Explain the role and importance of social media marketing in online branding. (ऑनलाइन ब्रांडिंग में सोशल मीडिया मार्केटिंग की भूमिका और महत्व की व्याख्या करें)</p> <p>Q6) What is Search Engine Marketing? What are the tools used in it? Describe all the tools in detail (Search Engine Marketing क्या है? इसमें किन उपकरणों का उपयोग किया जाता है? सभी उपकरणों का विस्तार से वर्णन करें )</p>
<b>Unit 5</b>	<p><b>Website Traffic Analysis, Affiliate Marketing, Ad Designing</b></p> <p>Q1) Explain Web analytics with its metrics. (वेब एनालिटिक्स को उसके मेट्रिक्स के साथ समझाइए)</p> <p>Q2) Define Affiliate Marketing and affiliate products. Discuss the process of Affiliate Marketing. (Affiliate Marketing और Affiliate Products को परिभाषित करें। Affiliate Marketing की प्रक्रिया पर चर्चा करें)</p> <p>Q3) Explain Google AdWords Remarketing. (गूगल ऐडवर्ड्स रीमार्केटिंग को समझाइए।)</p> <p>Q4) What is a Display Campaigns, how it is different from Ad Campaigns. Explain the detailed process to create Campaigns प्रदर्शन अभियान क्या है, यह विज्ञापन अभियानों से कैसे भिन्न है. अभियान बनाने की विस्तृत प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए</p> <p>Q5) What is Google Analytics? How it is important in Affiliate Marketing? Google Analytics क्या है? संबद्ध विपणन में यह कैसे महत्वपूर्ण है?</p>

	<p>Q6) What is Affiliate Marketing? What are the recent trends influencing it? संबद्ध विपणन क्या है? इसे प्रभावित करने वाले हालिया रुझान क्या हैं?</p> <p>Q7) What is the concept of Nano Marketing? How it is related with Digital Marketing? नैनो विपणन की अवधारणा क्या है? यह डिजिटल मार्केटिंग से कैसे संबंधित है?</p>
--	--



# CONCLUSION

New technologies in digital marketing has moved a great deal. The market approach has also evolved with the rise of new technology. Digital marketing has a number of advancement and improvements in its strategy. Simply put, digital marketing is the method of sales and promotion of a brand through digital media, particularly with the help of various tools available on the Internet. Compared to traditional sales and marketing strategies it is more complex, omnipresent and efficient. This produces quicker positive results than traditional techniques, and is a more versatile form of marketing than conventional methods.

The great thing about digital marketing is that it offers numerous resources for an immediate study of the impact of every digital marketing industry. And if a vendor uses Google AdSense, they have a method to find full statistics of the effects. Social networks are rapidly proliferated. It is the most powerful platform on the internet, where an organization can very easily touch countless people. All modern companies, such as Facebook, Instagram and Twitter, use social media to advertise their brands. It's the first digital marketing term but it's still really relevant. This program tells current customers and others about the different goods and services provided by the company. Also, the public is encouraged to take part in various fascinating events conducted by the company. A successful campaign for search engine optimisation will in the long run produce an incredibly profitable company.

Digital marketing is a perfect way to interact if the primary goal is to reach vast numbers of people. Marketing in social media has revolutionized marketing behavior. There are various social media channels. They're cost-effective on Facebook, Twitter, Whatsapp talk, Skype, Google+, Blogs, Instagram, YouTube, etc. Unlike traditional marketing platforms such as TV, radio, newspapers, magazines, banners and so on, digital marketing is free. Social networks have a very important role to play in promoting digital behavior. This feature helps small businesses promote their companies by reaching foreign clients.

Digital marketing is perfect advice for the world. It's good enough because it never sits on the network. The goods will only be available to the public for 24 hours. The growth of the digital market means that numerous brands can meet their consumers quickly. Through digital marketing, given geographic barriers, you can expand your customer's scope to other countries. This is one of the best digital marketing advantages. Having a proper understanding on the conclusion of digital marketing gives companies the ability to evaluate their advertising activities. Additionally, it allows advertisers to analyze and audit their quality content online.



Within the short span of a lifetime, digital marketing will bring all your cherished dreams come reality. Digital marketing is a place where someone without much effort can make a career. Only patience is required to get your desired goals.



# BROCHURE



 **INSTITUTE FOR EXCELLENCE  
IN HIGHER EDUCATION, BHOPAL**

ORGANIZES ONE DAY WORKSHOP ON  
***DIGITAL MARKETING &  
ACCOUNTING & TALLY***

**DIRECTOR**  
DR. PRAGYESH KUMAR  
AGRAWAL

**H.O.D.**  
Dr A.K. MISHRA

**COORDINATOR**  
Dr.SHARDA GANGWAR

**EXTERNAL EXPERT**  
Dr. Santosh Yadav  
Dr.Anita Deshbharatar  
Dr.Rashmi Soni  
Dr.Deeksha Barde

Faculty of Commerce is organizing a workshop on 'Digital Marketing' & Accounting & Tally.

An opportunity to become a course/paper expert by preparing question bank for students on Digital Accounting and Tally. This workshop guarantees enhanced knowledge and experience.

**15th February 2023**

**Venue: Commerce Research Centre**  
(9 A.M. to 5 P.M.)

**Funded by MPHEQIP under  
Academic Excellence**

# Photos of the Event



# ANSWER KEYS

Unit 1	<b>Introduction to Digital Marketing</b> <table border="1" data-bbox="412 430 1414 1008"> <tr> <td data-bbox="412 430 915 1008"> Q1: Ans D  Q2 Ans A  Q3 Ans A  Q4 Ans D  Q5 Ans B  Q6 Ans C  Q7 Ans D  Q8 Ans A  Q9 Ans D  Q10 Ans D </td><td data-bbox="915 430 1414 1008"> Q11 Ans A  Q12 Ans A  Q13 Ans B  Q14 Ans D  Q15 Ans A  Q16 Ans A  Q17 Ans A  Q18 Ans D  Q19 Ans D  Q20 Ans A  Q21 Ans D  Q22 Ans D  Q23 Ans C  Q23 Ans D  Q25 Ans C </td></tr> </table>	Q1: Ans D Q2 Ans A Q3 Ans A Q4 Ans D Q5 Ans B Q6 Ans C Q7 Ans D Q8 Ans A Q9 Ans D Q10 Ans D	Q11 Ans A Q12 Ans A Q13 Ans B Q14 Ans D Q15 Ans A Q16 Ans A Q17 Ans A Q18 Ans D Q19 Ans D Q20 Ans A Q21 Ans D Q22 Ans D Q23 Ans C Q23 Ans D Q25 Ans C
Q1: Ans D Q2 Ans A Q3 Ans A Q4 Ans D Q5 Ans B Q6 Ans C Q7 Ans D Q8 Ans A Q9 Ans D Q10 Ans D	Q11 Ans A Q12 Ans A Q13 Ans B Q14 Ans D Q15 Ans A Q16 Ans A Q17 Ans A Q18 Ans D Q19 Ans D Q20 Ans A Q21 Ans D Q22 Ans D Q23 Ans C Q23 Ans D Q25 Ans C		
Unit 2	<b>Search Engine Optimisation (SEO)</b> <table border="1" data-bbox="412 1178 1414 1612"> <tr> <td data-bbox="412 1178 915 1612"> Q1 Ans A  Q2 Ans A  Q3 Ans C  Q4 Ans B  Q5 Ans B  Q6 Ans C  Q7 Ans B  Q8 Ans D  Q9 Ans B  Q10 Ans D </td><td data-bbox="915 1178 1414 1612"> Q11 Ans B  Q12 Ans A  Q13 Ans D  Q14 Ans B  Q15 Ans C  Q16 Ans D  Q17 Ans D  Q18 Ans D  Q19 Ans C  Q20 Ans D  Q21 Ans B </td></tr> </table>	Q1 Ans A Q2 Ans A Q3 Ans C Q4 Ans B Q5 Ans B Q6 Ans C Q7 Ans B Q8 Ans D Q9 Ans B Q10 Ans D	Q11 Ans B Q12 Ans A Q13 Ans D Q14 Ans B Q15 Ans C Q16 Ans D Q17 Ans D Q18 Ans D Q19 Ans C Q20 Ans D Q21 Ans B
Q1 Ans A Q2 Ans A Q3 Ans C Q4 Ans B Q5 Ans B Q6 Ans C Q7 Ans B Q8 Ans D Q9 Ans B Q10 Ans D	Q11 Ans B Q12 Ans A Q13 Ans D Q14 Ans B Q15 Ans C Q16 Ans D Q17 Ans D Q18 Ans D Q19 Ans C Q20 Ans D Q21 Ans B		
Unit 3	<b>Social Media Optimisation (SMO)</b>		

	<div> Q1 Ans B  Q2 Ans C  Q3 Ans B  Q4 Ans D  Q5 Ans A  Q6 Ans C  Q7 Ans A  Q8 Ans D </div> <div> Q9 Ans B  Q10 Ans A  Q11 Ans D  Q12 Ans B  Q13 Ans C  Q14 Ans B  Q15 Ans B </div>
<b>Unit 4</b>	<b>Search Engine Marketing</b> <div> Q1 Ans D  Q2 Ans D  Q3 Ans C  Q4 Ans D  Q5 Ans C  Q6 Ans B  Q7 Ans A  Q8 Ans D  Q9 Ans A  Q10 Ans C </div> <div> Q11 Ans D  Q12 Ans A  Q13 Ans C  Q14 Ans A  Q15 Ans D  Q16 Ans D  Q17 Ans C  Q18 Ans C </div>
<b>Unit 5</b>	<b>Website Traffic Analysis, Affiliate Marketing, Ad Designing</b> <div> Q1 Ans A  Q2 Ans C  Q3 Ans A  Q4 Ans C  Q5 Ans A  Q6 Ans A  Q7 Ans D  Q8 Ans A  Q9 Ans C  Q10 Ans A </div> <div> Q11 Ans D  Q12 Ans A  Q13 Ans C  Q14) Ans D  Q15) Ans B  Q16) Ans B  Q17) Ans D  Q18) Ans C  Q19) Ans B  Q20) Ans A  Q21) Ans B </div>

# BIBLIOGRAPHY

## References

- [Digital Marketing MCQ \(Multiple Choice Questions\) - Javatpoint](#)
- [Digital Marketing MCQ Questions | Free Practice Test \(simplilearn.com\)](#)
- [Digital Marketing MCQ Questions & Answers - Letsfindcourse](#)

## Books/e-books

- Digital Marketing by Vibrant Publishers
- Digital Marketing by Seema Gupta