

IBPS PO Pre PYP (Held on 19 Oct 2024 S2)

Q1. निम्नलिखित में से कौन H की ओर उन्मुख है?

निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

चौदह व्यक्ति दो समानांतर पंक्तियों में इस प्रकार बैठे हैं कि प्रत्येक पंक्ति में सात व्यक्ति बैठे हैं। P, Q, R, S, T, U और Z पंक्ति 1 में उत्तर दिशा की ओर मुख करके बैठे हैं और D, E, F, G, H, I और J पंक्ति 2 में दक्षिण दिशा की ओर मुख करके बैठे हैं, लेकिन जरूरी नहीं कि इसी क्रम में हों। पंक्ति 1 में बैठे व्यक्ति पंक्ति 2 में बैठे व्यक्तियों की ओर मुख करके बैठे हैं और इसके विपरीत भी।

U, T के बाएं तीसरे स्थान पर बैठा है और उनमें से कोई भी पंक्ति के अंतिम छोर पर नहीं बैठा है। G, H के दाएं दूसरे स्थान पर बैठा है और H पंक्ति के अंतिम छोर पर बैठा है। G और J के बीच तीन व्यक्ति बैठे हैं। P, Q के बाएं दूसरे स्थान पर बैठा है। F, J के ठीक बाएं बैठा है। S, H के विपरीत नहीं बैठा है। S, Z के ठीक दाएं बैठा है। R, I के विपरीत बैठा है। R के ठीक बाएं बैठा व्यक्ति D की ओर उन्मुख नहीं है।

(a) Z

(b) Q

(c) T

(d) U

(e) B

Ans.(b)

Q2. निम्नलिखित में से कौन R के बायें तीसरे स्थान पर बैठा है?

निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

चौदह व्यक्ति दो समानांतर पंक्तियों में इस प्रकार बैठे हैं कि प्रत्येक पंक्ति में सात व्यक्ति बैठे हैं। P, Q, R, S, T, U और Z पंक्ति 1 में उत्तर दिशा की ओर मुख करके बैठे हैं और D, E, F, G, H, I और J पंक्ति 2 में दक्षिण दिशा की ओर मुख करके बैठे हैं, लेकिन जरूरी नहीं कि इसी क्रम में हों। पंक्ति 1 में बैठे व्यक्ति पंक्ति 2 में बैठे व्यक्तियों की ओर मुख करके बैठे हैं और इसके विपरीत भी।

U, T के बाएं तीसरे स्थान पर बैठा है और उनमें से कोई भी पंक्ति के अंतिम छोर पर नहीं बैठा है। G, H के दाएं दूसरे स्थान पर बैठा है और H पंक्ति के अंतिम छोर पर बैठा है। G और J के बीच तीन व्यक्ति बैठे हैं। P, Q के बाएं दूसरे स्थान पर बैठा है। F, J के ठीक बाएं बैठा है। S, H के विपरीत नहीं बैठा है। S, Z के ठीक दाएं बैठा है। R, I के विपरीत बैठा है। R के ठीक बाएं बैठा व्यक्ति D की ओर उन्मुख नहीं है।

(a) E

(b) जो व्यक्ति D की ओर उन्मुख है

(c) जो व्यक्ति J की ओर उन्मुख है

(d) (a) और (b) दोनों

(e) इनमें से कोई नहीं

Ans.(c)



ALL EXAMS, **ONE** SUBSCRIPTION



Test. Analyze. Improve. Repeat.



*Don't just
prepare.
Perform.*

Test Prime – built only
for mock tests.



1,50,000+
Mock Tests



25,000+
Previous Year
Papers



800+
Exam
Covered



500%
Refund on
Selection



5 lakh+
Free Quizzes



Daily
Free PDFs



Top Alerts
Stay Updated

WHY TEST PRIME?

- ✓ Multilingual
- ✓ Detailed Solution
- ✓ Strong and Weak Areas
- ✓ All India Rankings



Safe & Reliable



Trusted by
Lakhs of Aspirants

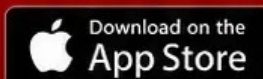


Your Success,
Our Mission



**DOWNLOAD
TEST PRIME**

Your Success Partner!



Test

Prime



SUCCESS GALLERY!

MEET THE ACHIEVERS



Shreya, SBI PO



Sahil, SBI PO



Srijita, SBI PO



Vikram, IBPS PO



Neeti, IBPS PO



Arya, IBPS PO



Hasan, SSC CGL



Palak, SSC CGL



Priti, UP TGT



Aniket, Bihar Stet



Shaurya, NTPC



Sarita, CTET



Gourav, NTPC



Sanni, NTPC



Abhishek, CTET



Sapna, IBPS Clerk

THEY DID IT. YOU CAN TOO

READ THEIR STORIES!



Q3. G और F के बीच कितने व्यक्ति बैठे हैं?

निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

चौदह व्यक्ति दो समानांतर पंक्तियों में इस प्रकार बैठे हैं कि प्रत्येक पंक्ति में सात व्यक्ति बैठे हैं। P, Q, R, S, T, U और Z पंक्ति 1 में उत्तर दिशा की ओर मुख करके बैठे हैं और D, E, F, G, H, I और J पंक्ति 2 में दक्षिण दिशा की ओर मुख करके बैठे हैं, लेकिन जरूरी नहीं कि इसी क्रम में हों। पंक्ति 1 में बैठे व्यक्ति पंक्ति 2 में बैठे व्यक्तियों की ओर मुख करके बैठे हैं और इसके विपरीत भी।

U, T के बाएं तीसरे स्थान पर बैठा है और उनमें से कोई भी पंक्ति के अंतिम छोर पर नहीं बैठा है। G, H के दाएं दूसरे स्थान पर बैठा है और H पंक्ति के अंतिम छोर पर बैठा है। G और J के बीच तीन व्यक्ति बैठे हैं। P, Q के बाएं दूसरे स्थान पर बैठा है। F, J के ठीक बाएं बैठा है। S, H के विपरीत नहीं बैठा है। S, Z के ठीक दाएं बैठा है। R, I के विपरीत बैठा है। R के ठीक बाएं बैठा व्यक्ति D की ओर उन्मुख नहीं है।

- (a) एक
- (b) दो
- (c) तीन
- (d) चार
- (e) कोई नहीं

Ans.(b)

Q4. निम्नलिखित पाँच में से चार एक निश्चित तरीके से एक जैसे हैं और इसलिए एक समूह बनाते हैं। कौन सा उस समूह से संबंधित नहीं है? निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

चौदह व्यक्ति दो समानांतर पंक्तियों में इस प्रकार बैठे हैं कि प्रत्येक पंक्ति में सात व्यक्ति बैठे हैं। P, Q, R, S, T, U और Z पंक्ति 1 में उत्तर दिशा की ओर मुख करके बैठे हैं और D, E, F, G, H, I और J पंक्ति 2 में दक्षिण दिशा की ओर मुख करके बैठे हैं, लेकिन जरूरी नहीं कि इसी क्रम में हों। पंक्ति 1 में बैठे व्यक्ति पंक्ति 2 में बैठे व्यक्तियों की ओर मुख करके बैठे हैं और इसके विपरीत भी।

U, T के बाएं तीसरे स्थान पर बैठा है और उनमें से कोई भी पंक्ति के अंतिम छोर पर नहीं बैठा है। G, H के दाएं दूसरे स्थान पर बैठा है और H पंक्ति के अंतिम छोर पर बैठा है। G और J के बीच तीन व्यक्ति बैठे हैं। P, Q के बाएं दूसरे स्थान पर बैठा है। F, J के ठीक बाएं बैठा है। S, H के विपरीत नहीं बैठा है। S, Z के ठीक दाएं बैठा है। R, I के विपरीत बैठा है। R के ठीक बाएं बैठा व्यक्ति D की ओर उन्मुख नहीं है।

- (a) H
- (b) J
- (c) Z
- (d) Q
- (e) E

Ans.(e)

Q5. निम्नलिखित में से कौन-सा/से कथन सत्य नहीं है/हैं?

- I. S, Z का एकमात्र पड़ोसी है।
- II. R के बाईं ओर तीन से अधिक व्यक्ति बैठे हैं।
- III. Z के बाईं ओर कोई नहीं बैठा है।

निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

चौदह व्यक्ति दो समानांतर पंक्तियों में इस प्रकार बैठे हैं कि प्रत्येक पंक्ति में सात व्यक्ति बैठे हैं। P, Q, R, S, T, U और Z पंक्ति 1 में उत्तर दिशा की ओर मुख करके बैठे हैं और D, E, F, G, H, I और J पंक्ति 2 में दक्षिण दिशा की ओर मुख करके बैठे हैं, लेकिन जरूरी नहीं कि इसी क्रम में हों। पंक्ति 1 में बैठे व्यक्ति पंक्ति 2 में बैठे व्यक्तियों की ओर मुख करके बैठे हैं और इसके विपरीत भी।

U, T के बाएं तीसरे स्थान पर बैठा है और उनमें से कोई भी पंक्ति के अंतिम छोर पर नहीं बैठा है। G, H के दाएं दूसरे स्थान पर बैठा है और H पंक्ति के अंतिम छोर पर बैठा है। G और J के बीच तीन व्यक्ति बैठे हैं। P, Q के बाएं दूसरे स्थान पर बैठा है। F, J के ठीक बाएं बैठा है। S, H के विपरीत नहीं बैठा है। S, Z के ठीक दाएं बैठा है। R, I के विपरीत बैठा है। R के ठीक बाएं बैठा व्यक्ति D की ओर उन्मुख नहीं है।

- (a) I और II दोनों
- (b) I और III दोनों
- (c) केवल III
- (d) केवल II
- (e) सभी I, II और III

Ans.(d)

Q6. निम्नलिखित में से कौन पुणे से संबंधित है?

निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

छह व्यक्ति- A, B, C, D, E और F अलग-अलग महीनों- मार्च, अप्रैल, मई, जून, जुलाई, अगस्त में ऑनलाइन कक्षाओं में शामिल होते हैं। प्रत्येक व्यक्ति अलग-अलग शहरों- मनाली, आगरा, मथुरा, नोएडा, नासिक और पुणे से है। महीनों को छोड़कर सभी जानकारी जरूरी नहीं कि उसी क्रम में हो।

जो व्यक्ति मनाली से है, वह सम दिनों वाले महीने में शामिल हुआ। A, मनाली से संबंधित व्यक्ति से पहले शामिल होता है। A से पहले शामिल हुए व्यक्तियों की संख्या, D के बाद शामिल हुए व्यक्तियों की संख्या से एक कम है और D आगरा से है। जो व्यक्ति नोएडा से है, वह D से दो महीने पहले शामिल होता है। F और जो व्यक्ति मथुरा से है, उसके बीच तीन व्यक्ति शामिल होते हैं। B, C से दो व्यक्ति के पहले शामिल होता है। जो व्यक्ति नासिक से है, वह C से पहले शामिल होता है। C मथुरा से नहीं है।

- (a) A
- (b) E
- (c) C
- (d) B
- (e) F

Ans.(e)

Q7. आगरा से सम्बंधित व्यक्ति और A के बीच कितने व्यक्ति शामिल हुए? निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

छह व्यक्ति- A, B, C, D, E और F अलग-अलग महीनों- मार्च, अप्रैल, मई, जून, जुलाई, अगस्त में ऑनलाइन कक्षाओं में शामिल होते हैं। प्रत्येक व्यक्ति अलग-अलग शहरों- मनाली, आगरा, मथुरा, नोएडा, नासिक और पुणे से है। महीनों को छोड़कर सभी जानकारी जरूरी नहीं कि उसी क्रम में हो।

जो व्यक्ति मनाली से है, वह सम दिनों वाले महीने में शामिल हुआ। A, मनाली से संबंधित व्यक्ति से पहले शामिल होता है। A से पहले शामिल हुए व्यक्तियों की संख्या, D के बाद शामिल हुए व्यक्तियों की संख्या से एक कम है और D आगरा से है। जो व्यक्ति नोएडा से है, वह D से दो महीने पहले शामिल होता है। F और जो व्यक्ति मथुरा से है, उसके बीच तीन व्यक्ति शामिल होते हैं। B, C से दो व्यक्ति के पहले शामिल होता है। जो व्यक्ति नासिक से है, वह C से पहले शामिल होता है। C मथुरा से नहीं है।

- (a) तीन
- (b) एक
- (c) कोई नहीं
- (d) दो
- (e) चार

Ans.(a)

Q8. निम्नलिखित पाँच में से चार एक निश्चित तरीके से एक जैसे हैं और इस प्रकार एक समूह बनाते हैं। उस एक को ज्ञात कीजिए जो समूह से संबंधित नहीं है? निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें: छह व्यक्ति- A, B, C, D, E और F अलग-अलग महीनों- मार्च, अप्रैल, मई, जून, जुलाई, अगस्त में ऑनलाइन कक्षाओं में शामिल होते हैं। प्रत्येक व्यक्ति अलग-अलग शहरों- मनाली, आगरा, मथुरा, नोएडा, नासिक और पुणे से है। महीनों को छोड़कर सभी जानकारी जरूरी नहीं कि उसी क्रम में हो।

जो व्यक्ति मनाली से है, वह सम दिनों वाले महीने में शामिल हुआ। A, मनाली से संबंधित व्यक्ति से पहले शामिल होता है। A से पहले शामिल हुए व्यक्तियों की संख्या, D के बाद शामिल हुए व्यक्तियों की संख्या से एक कम है और D आगरा से है। जो व्यक्ति नोएडा से है, वह D से दो महीने पहले शामिल होता है। F और जो व्यक्ति मथुरा से है, उसके बीच तीन व्यक्ति शामिल होते हैं। B, C से दो व्यक्ति के पहले शामिल होता है। जो व्यक्ति नासिक से है, वह C से पहले शामिल होता है। C मथुरा से नहीं है।

- (a) A
- (b) F
- (c) B
- (d) D
- (e) E

Ans.(c)

Q9. निम्नलिखित में से कौन सा संयोजन सही है?

निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

छह व्यक्ति- A, B, C, D, E और F अलग-अलग महीनों- मार्च, अप्रैल, मई, जून, जुलाई, अगस्त में ऑनलाइन कक्षाओं में शामिल होते हैं। प्रत्येक व्यक्ति अलग-अलग शहरों- मनाली, आगरा, मथुरा, नोएडा, नासिक और पुणे से है। महीनों को छोड़कर सभी जानकारी जरूरी नहीं कि उसी क्रम में हो।

जो व्यक्ति मनाली से है, वह सम दिनों वाले महीने में शामिल हुआ। A, मनाली से संबंधित व्यक्ति से पहले शामिल होता है। A से पहले शामिल हुए व्यक्तियों की संख्या, D के बाद शामिल हुए व्यक्तियों की संख्या से एक कम है और D आगरा से है। जो व्यक्ति नोएडा से है, वह D से दो महीने पहले शामिल होता है। F और जो व्यक्ति मथुरा से है, उसके बीच तीन व्यक्ति शामिल

होते हैं। B, C से दो व्यक्ति के पहले शामिल होता है। जो व्यक्ति नासिक से है, वह C से पहले शामिल होता है। C मथुरा से नहीं है।

- (a) A- मार्च
- (b) B-पुणे
- (c) D-अगस्त
- (d) E-मनाली
- (e) C-अप्रैल

Ans.(a)

Q10. निम्नलिखित में से कौन-सा/से कथन सत्य है/हैं?

I. नोएडा से संबंधित व्यक्ति जून में कक्षा में शामिल होता है।

II. C, D से पहले शामिल होता है।

III. F मनाली से संबंधित है। निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

छह व्यक्ति- A, B, C, D, E और F अलग-अलग महीनों- मार्च, अप्रैल, मई, जून, जुलाई, अगस्त में ऑनलाइन कक्षाओं में शामिल होते हैं। प्रत्येक व्यक्ति अलग-अलग शहरों- मनाली, आगरा, मथुरा, नोएडा, नासिक और पुणे से है। महीनों को छोड़कर सभी जानकारी जरूरी नहीं कि उसी क्रम में हो।

जो व्यक्ति मनाली से है, वह सम दिनों वाले महीने में शामिल हुआ। A, मनाली से संबंधित व्यक्ति से पहले शामिल होता है। A से पहले शामिल हुए व्यक्तियों की संख्या, D के बाद शामिल हुए व्यक्तियों की संख्या से एक कम है और D आगरा से है। जो व्यक्ति नोएडा से है, वह D से दो महीने पहले शामिल होता है। F और जो व्यक्ति मथुरा से है, उसके बीच तीन व्यक्ति शामिल होते हैं। B, C से दो व्यक्ति के पहले शामिल होता है। जो व्यक्ति नासिक से है, वह C से पहले शामिल होता है। C मथुरा से नहीं है।

- (a) I और II दोनों
- (b) II और III दोनों
- (c) केवल II
- (d) केवल III
- (e) सभी I, II और III

Ans.(c)

Q11. शब्द "MOVEMENT" में, यदि हम बाएँ छोर से दूसरे, पाँचवें, छठे और आठवें अक्षर का उपयोग करते हैं, तो निम्नलिखित में से कौन सा अक्षर इस प्रकार बनने वाले सार्थक शब्द के बाएँ छोर से तीसरा अक्षर होगा। यदि एक से अधिक ऐसे सार्थक शब्द बनते हैं, तो X को अपने उत्तर के रूप में चिह्नित करें। यदि कोई सार्थक शब्द नहीं बनता है, तो Z को अपने उत्तर के रूप में चिह्नित करें?

- (a) O
- (b) T
- (c) M
- (d) X
- (e) Z

Ans.(d)

Q12. शब्द "EXPLAIN" में अक्षरों के ऐसे कितने युग्म हैं जिनके बीच शब्द में अक्षरों की संख्या अंग्रेजी वर्णमाला श्रृंखला में उनके बीच अक्षरों की संख्या के समान है, जब वर्णमाला में आगे और पीछे दोनों ओर चलते हैं?

- (a) तीन
- (b) एक
- (c) कोई नहीं
- (d) दो
- (e) चार

Ans.(b)

Q13. B, W से किस प्रकार सम्बंधित है? दी गई जानकारी को ध्यान से पढ़ें और उस पर आधारित प्रश्नों के उत्तर दें:

तीन पीढ़ियों के एक परिवार में, आठ सदस्य हैं, जिनमें से कोई भी एकल माता-पिता नहीं है। A, B का ससुर है और B परिवार की महिला सदस्य है। Z, I का पुत्र है। V, B की बहन है। D, F की पुत्री है। W, D का भाई है। Z, V का ब्रदर-इन-लॉ है। V के दो बच्चे हैं।

- (a) सिस्टर-इन-लॉ
- (b) ब्रदर-इन-लॉ
- (c) आंट
- (d) पुत्री
- (e) इनमें से कोई नहीं

Ans.(c)

Q14. V, F से किस प्रकार सम्बंधित है?

दी गई जानकारी को ध्यान से पढ़ें और उस पर आधारित प्रश्नों के उत्तर दें:

तीन पीढ़ियों के एक परिवार में, आठ सदस्य हैं, जिनमें से कोई भी एकल माता-पिता नहीं है। A, B का ससुर है और B परिवार की महिला सदस्य है। Z, I का पुत्र है। V, B की बहन है। D, F की पुत्री है। W, D का भाई है। Z, V का ब्रदर-इन-लॉ है। V के दो बच्चे हैं।

- (a) पोती/नातिन
- (b) माँ
- (c) पुत्री
- (d) पत्नी
- (e) आंट

Ans.(d)

Q15. परिवार में कितनी महिला सदस्य हैं? दी गई जानकारी को ध्यान से पढ़ें और उस पर आधारित प्रश्नों के उत्तर दें:

तीन पीढ़ियों के एक परिवार में, आठ सदस्य हैं, जिनमें से कोई भी एकल माता-पिता नहीं है। A, B का ससुर है और B परिवार की महिला सदस्य है। Z, I का पुत्र है। V, B की बहन है। D, F की पुत्री है। W, D का भाई है। Z, V का ब्रदर-इन-लॉ है। V के दो बच्चे हैं।

- (a) दो
- (b) तीन

- (c) चार
(d) पाँच
(e) निर्धारित नहीं किया जा सकता

Ans.(c)

Q16. G के सन्दर्भ में C किस दिशा में रहता है?

निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

आठ व्यक्ति A, B, C, D, E, F, G और H एक इमारत की चार अलग-अलग मंजिलों पर इस प्रकार रहते हैं (लेकिन जरूरी नहीं कि इसी क्रम में) कि इमारत की सबसे निचली मंजिल को 1 से क्रमांकित किया गया है और मंजिल 1 से ठीक ऊपर वाली मंजिल को 2 से क्रमांकित किया गया है और इसी प्रकार सबसे ऊपरी मंजिल को 4 से क्रमांकित किया गया है। प्रत्येक मंजिल पर पश्चिम से पूर्व की ओर दो फ्लैट हैं - फ्लैट 1 और फ्लैट 2 इस प्रकार कि फ्लैट 1, फ्लैट 2 के पश्चिम में है। दूसरी मंजिल का फ्लैट-1, पहली मंजिल के फ्लैट 1 के ठीक ऊपर है और अन्य फ्लैट भी उसी तरह हैं।

G, H के पश्चिम में रहता है जिसकी मंजिल संख्या और फ्लैट संख्या समान है। G और D की मंजिलों के बीच एक मंजिल का अंतर है। F और C की मंजिल संख्याओं का योग, E की मंजिल संख्या के बराबर है। F और C अलग-अलग क्रमांकित फ्लैट में नहीं रहते हैं। A, C के पूर्व में रहता है लेकिन D के समान क्रमांकित फ्लैट में नहीं रहता है। B, C की मंजिल से ऊपर रहता है।

- (a) पूर्व
(b) पश्चिम
(c) उत्तर-पश्चिम
(d) उत्तर- पूर्व
(e) दक्षिण

Ans.(e)

Q17. निम्नलिखित में से कौन B के साथ समान मंजिल पर रहता है? निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

आठ व्यक्ति A, B, C, D, E, F, G और H एक इमारत की चार अलग-अलग मंजिलों पर इस प्रकार रहते हैं (लेकिन जरूरी नहीं कि इसी क्रम में) कि इमारत की सबसे निचली मंजिल को 1 से क्रमांकित किया गया है और मंजिल 1 से ठीक ऊपर वाली मंजिल को 2 से क्रमांकित किया गया है और इसी प्रकार सबसे ऊपरी मंजिल को 4 से क्रमांकित किया गया है। प्रत्येक मंजिल पर पश्चिम से पूर्व की ओर दो फ्लैट हैं - फ्लैट 1 और फ्लैट 2 इस प्रकार कि फ्लैट 1, फ्लैट 2 के पश्चिम में है। दूसरी मंजिल का फ्लैट-1, पहली मंजिल के फ्लैट 1 के ठीक ऊपर है और अन्य फ्लैट भी उसी तरह हैं।

G, H के पश्चिम में रहता है जिसकी मंजिल संख्या और फ्लैट संख्या समान है। G और D की मंजिलों के बीच एक मंजिल का अंतर है। F और C की मंजिल संख्याओं का योग, E की मंजिल संख्या के बराबर है। F और C अलग-अलग क्रमांकित फ्लैट में नहीं रहते हैं। A, C के पूर्व में रहता है लेकिन D के समान क्रमांकित फ्लैट में नहीं रहता है। B, C की मंजिल से ऊपर रहता है।

- (a) A
(b) F
(c) E
(d) D
(e) इनमें से कोई नहीं

Ans.(b)

Q18. निम्नलिखित पाँच में से चार एक निश्चित तरीके से समान हैं और इस प्रकार एक समूह बनाते हैं, तो निम्नलिखित में से कौन सा व्यक्ति उस समूह से संबंधित नहीं है? निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

आठ व्यक्ति A, B, C, D, E, F, G और H एक इमारत की चार अलग-अलग मंजिलों पर इस प्रकार रहते हैं (लेकिन जरूरी नहीं कि इसी क्रम में) कि इमारत की सबसे निचली मंजिल को 1 से क्रमांकित किया गया है और मंजिल 1 से ठीक ऊपर वाली मंजिल को 2 से क्रमांकित किया गया है और इसी प्रकार सबसे ऊपरी मंजिल को 4 से क्रमांकित किया गया है। प्रत्येक मंजिल पर पश्चिम से पूर्व की ओर दो फ्लैट हैं - फ्लैट 1 और फ्लैट 2 इस प्रकार कि फ्लैट 1, फ्लैट 2 के पश्चिम में है। दूसरी मंजिल का फ्लैट-1, पहली मंजिल के फ्लैट 1 के ठीक ऊपर है और अन्य फ्लैट भी उसी तरह हैं।

G, H के पश्चिम में रहता है जिसकी मंजिल संख्या और फ्लैट संख्या समान है। G और D की मंजिलों के बीच एक मंजिल का अंतर है। F और C की मंजिल संख्याओं का योग, E की मंजिल संख्या के बराबर है। F और C अलग-अलग क्रमांकित फ्लैट में नहीं रहते हैं। A, C के पूर्व में रहता है लेकिन D के समान क्रमांकित फ्लैट में नहीं रहता है। B, C की मंजिल से ऊपर रहता है।

- (a) H
- (b) G
- (c) E
- (d) D
- (e) C

Ans.(e)

Q19. E और G की मंजिल संख्या का योग क्या होगा? निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

आठ व्यक्ति A, B, C, D, E, F, G और H एक इमारत की चार अलग-अलग मंजिलों पर इस प्रकार रहते हैं (लेकिन जरूरी नहीं कि इसी क्रम में) कि इमारत की सबसे निचली मंजिल को 1 से क्रमांकित किया गया है और मंजिल 1 से ठीक ऊपर वाली मंजिल को 2 से क्रमांकित किया गया है और इसी प्रकार सबसे ऊपरी मंजिल को 4 से क्रमांकित किया गया है। प्रत्येक मंजिल पर पश्चिम से पूर्व की ओर दो फ्लैट हैं - फ्लैट 1 और फ्लैट 2 इस प्रकार कि फ्लैट 1, फ्लैट 2 के पश्चिम में है। दूसरी मंजिल का फ्लैट-1, पहली मंजिल के फ्लैट 1 के ठीक ऊपर है और अन्य फ्लैट भी उसी तरह हैं।

G, H के पश्चिम में रहता है जिसकी मंजिल संख्या और फ्लैट संख्या समान है। G और D की मंजिलों के बीच एक मंजिल का अंतर है। F और C की मंजिल संख्याओं का योग, E की मंजिल संख्या के बराबर है। F और C अलग-अलग क्रमांकित फ्लैट में नहीं रहते हैं। A, C के पूर्व में रहता है लेकिन D के समान क्रमांकित फ्लैट में नहीं रहता है। B, C की मंजिल से ऊपर रहता है।

- (a) 5
- (b) 6
- (c) 2
- (d) 4
- (e) 7

Ans.(b)

Q20. D की मंजिल और A की मंजिल के बीच कितनी मंजिलें हैं? निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

आठ व्यक्ति A, B, C, D, E, F, G और H एक इमारत की चार अलग-अलग मंजिलों पर इस प्रकार रहते हैं (लेकिन जरूरी नहीं कि इसी क्रम में) कि इमारत की सबसे निचली मंजिल को 1 से क्रमांकित किया गया है और मंजिल 1 से ठीक ऊपर वाली मंजिल को 2 से क्रमांकित किया गया है और इसी प्रकार सबसे ऊपरी मंजिल को 4 से क्रमांकित किया गया है। प्रत्येक मंजिल पर पश्चिम से पूर्व की ओर दो फ्लैट हैं - फ्लैट 1 और फ्लैट 2 इस प्रकार कि फ्लैट 1, फ्लैट 2 के पश्चिम में है। दूसरी मंजिल का फ्लैट-1, पहली मंजिल के फ्लैट 1 के ठीक ऊपर है और अन्य फ्लैट भी उसी तरह हैं।

G, H के पश्चिम में रहता है जिसकी मंजिल संख्या और फ्लैट संख्या समान है। G और D की मंजिलों के बीच एक मंजिल का अंतर है। F और C की मंजिल संख्याओं का योग, E की मंजिल संख्या के बराबर है। F और C अलग-अलग क्रमांकित फ्लैट में नहीं रहते हैं। A, C के पूर्व में रहता है लेकिन D के समान क्रमांकित फ्लैट में नहीं रहता है। B, C की मंजिल से ऊपर रहता है।

- (a) कोई नहीं
- (b) एक
- (c) या तो 'एक' या 'दो'

- (d) दो
- (e) इनमें से कोई नहीं

Ans.(d)

Q21. बिंदु R से बिंदु S (बिंदु P से होते हुए) के बीच की कुल दूरी कितनी है? निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

किरण ने बिंदु R से पूर्व की ओर चलना शुरू किया। बिंदु Q तक पहुँचने के लिए 15 मीटर चलने के बाद, वह बाईं ओर मुड़ता है और बिंदु P तक पहुँचने के लिए 18 मीटर चलता है। फिर वह दाईं ओर मुड़ता है और बिंदु T तक पहुँचने के लिए 10 मीटर चलता है। फिर वह बाईं ओर मुड़ता है और बिंदु S तक पहुँचने के लिए 19 मीटर चलता है। अंत में, वह बाईं ओर मुड़ता है और बिंदु X तक पहुँचने के लिए 10 मीटर चलता है।

- (a) 63 मीटर
- (b) 62 मीटर
- (c) 64 मीटर
- (d) 61 मीटर
- (e) 60 मीटर

Ans.(b)

Q22. बिंदु Q के सन्दर्भ में बिंदु S की दिशा क्या है?

निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

किरण ने बिंदु R से पूर्व की ओर चलना शुरू किया। बिंदु Q तक पहुँचने के लिए 15 मीटर चलने के बाद, वह बाईं ओर मुड़ता है और बिंदु P तक पहुँचने के लिए 18 मीटर चलता है। फिर वह दाईं ओर मुड़ता है और बिंदु T तक पहुँचने के लिए 10 मीटर चलता है। फिर वह बाईं ओर मुड़ता है और बिंदु S तक पहुँचने के लिए 19 मीटर चलता है। अंत में, वह बाईं ओर मुड़ता है और बिंदु X तक पहुँचने के लिए 10 मीटर चलता है।

- (a) दक्षिण-पूर्व

(b) दक्षिण-पश्चिम

(c) उत्तर-पूर्व

(d) उत्तर-पश्चिम

(e) दक्षिण

Ans.(c)

Q23. निम्नलिखित में से कौन सा बिंदु, बिंदु R के उत्तर-पूर्व में नहीं है? निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

किरण ने बिंदु R से पूर्व की ओर चलना शुरू किया। बिंदु Q तक पहुँचने के लिए 15 मीटर चलने के बाद, वह बाईं ओर मुड़ता है और बिंदु P तक पहुँचने के लिए 18 मीटर चलता है। फिर वह दाईं ओर मुड़ता है और बिंदु T तक पहुँचने के लिए 10 मीटर चलता है। फिर वह बाईं ओर मुड़ता है और बिंदु S तक पहुँचने के लिए 19 मीटर चलता है। अंत में, वह बाईं ओर मुड़ता है और बिंदु X तक पहुँचने के लिए 10 मीटर चलता है।

(a) बिंदु Q

(b) बिंदु P

(c) बिंदु T

(d) बिंदु S

(e) बिंदु X

Ans.(a)

Q24. G और H के बीच कितने व्यक्ति उत्सव मनाते हैं? निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

आठ व्यक्ति - G, H, I, J, K, P, M और O - एक उत्सव मनाते हैं, लेकिन जरूरी नहीं कि इसी क्रम में हों।

G, J से पहले उत्सव मनाता है। H अंतिम में उत्सव मनाने वाले व्यक्ति से तीसरा है। K, H से ठीक पहले उत्सव मनाता है। J, M के ठीक बाद और P से ठीक पहले उत्सव मनाता है। H और O के बीच एक व्यक्ति उत्सव मनाता है।

(a) तीन

(b) एक

(c) कोई नहीं

(d) दो

(e) चार

Ans.(e)

Q25. निम्नलिखित में से किस व्यक्ति ने अंतिम में उत्सव मनाया? निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

आठ व्यक्ति - G, H, I, J, K, P, M और O - एक उत्सव मनाते हैं, लेकिन जरूरी नहीं कि इसी क्रम में हों।

G, J से पहले उत्सव मनाता है। H अंतिम में उत्सव मनाने वाले व्यक्ति से तीसरा है। K, H से ठीक पहले उत्सव मनाता है। J, M के ठीक बाद और P से ठीक पहले उत्सव मनाता है। H और O के बीच एक व्यक्ति उत्सव मनाता है।

(a) I

(b) K

- (c) P
(d) O
(e) इनमें से कोई नहीं

Ans.(d)

Q26. निम्नलिखित में से किस व्यक्ति ने चौथे स्थान पर उत्सव मनाया? निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

आठ व्यक्ति - G, H, I, J, K, P, M और O - एक उत्सव मनाते हैं, लेकिन जरूरी नहीं कि इसी क्रम में हों।

G, J से पहले उत्सव मनाता है। H अंतिम में उत्सव मनाने वाले व्यक्ति से तीसरा है। K, H से ठीक पहले उत्सव मनाता है। J, M के ठीक बाद और P से ठीक पहले उत्सव मनाता है। H और O के बीच एक व्यक्ति उत्सव मनाता है।

- (a) M
(b) K
(c) P
(d) O
(e) J

Ans.(c)

Q27. विषम का चयन कीजिए।

- (a) MNO
(b) ABD
(c) QRS
(d) EFG
(e) TUV

Ans.(b)

Q28. निम्नलिखित में से कौन R के साथ रहता है?

निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

सात व्यक्ति P, Q, R, S, T, U और V एक कंपनी में काम करते हैं। वे तीन अलग-अलग शहरों यानी दिल्ली, मुंबई और मेरठ में रहते हैं। उन्हें सात अलग-अलग रंग पसंद हैं जैसे लाल, हरा, नीला, ग्रे, सफेद, काला और नारंगी। कम से कम दो व्यक्ति एक ही शहर में रहते हैं।

S को लाल रंग पसंद है और वह दिल्ली में रहता है। V को हरा रंग पसंद है और वह केवल Q के साथ मुंबई में रहता है। P को न तो नारंगी रंग पसंद है और न ही वह दिल्ली में रहता है। T को ग्रे रंग पसंद है लेकिन वह दिल्ली में नहीं रहता है। U को काला रंग पसंद है लेकिन वह दिल्ली में नहीं रहता है। दिल्ली में रखने वाला कोई भी व्यक्ति न तो सफेद रंग पसंद करता है और न ही नारंगी रंग।

- (a) केवल S
(b) केवल P और T
(c) केवल U
(d) केवल P
(e) इनमें से कोई नहीं

Ans.(a)

Q29. निम्नलिखित में से कौन मेरठ में नहीं रहता है?

निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

सात व्यक्ति P, Q, R, S, T, U और V एक कंपनी में काम करते हैं। वे तीन अलग-अलग शहरों यानी दिल्ली, मुंबई और मेरठ में रहते हैं। उन्हें सात अलग-अलग रंग पसंद हैं जैसे लाल, हरा, नीला, ग्रे, सफेद, काला और नारंगी। कम से कम दो व्यक्ति एक ही शहर में रहते हैं।

S को लाल रंग पसंद है और वह दिल्ली में रहता है। V को हरा रंग पसंद है और वह केवल Q के साथ मुंबई में रहता है। P को न तो नारंगी रंग पसंद है और न ही वह दिल्ली में रहता है। T को ग्रे रंग पसंद है लेकिन वह दिल्ली में नहीं रहता है। U को काला रंग पसंद है लेकिन वह दिल्ली में नहीं रहता है। दिल्ली में रखने वाला कोई भी व्यक्ति न तो सफेद रंग पसंद करता है और न ही नारंगी रंग।

- (a) P
- (b) R
- (c) T
- (d) U
- (e) P और R दोनों

Ans.(b)

Q30. निम्नलिखित में से किसे सफेद रंग पसंद है?

निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

सात व्यक्ति P, Q, R, S, T, U और V एक कंपनी में काम करते हैं। वे तीन अलग-अलग शहरों यानी दिल्ली, मुंबई और मेरठ में रहते हैं। उन्हें सात अलग-अलग रंग पसंद हैं जैसे लाल, हरा, नीला, ग्रे, सफेद, काला और नारंगी। कम से कम दो व्यक्ति एक ही शहर में रहते हैं।

S को लाल रंग पसंद है और वह दिल्ली में रहता है। V को हरा रंग पसंद है और वह केवल Q के साथ मुंबई में रहता है। P को न तो नारंगी रंग पसंद है और न ही वह दिल्ली में रहता है। T को ग्रे रंग पसंद है लेकिन वह दिल्ली में नहीं रहता है। U को काला रंग पसंद है लेकिन वह दिल्ली में नहीं रहता है। दिल्ली में रखने वाला कोई भी व्यक्ति न तो सफेद रंग पसंद करता है और न ही नारंगी रंग।

- (a) U
- (b) R
- (c) T
- (d) P
- (e) निर्धारित नहीं किया जा सकता

Ans.(d)

Q31. निम्नलिखित में से कौन सा संयोजन सही है?

निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

सात व्यक्ति P, Q, R, S, T, U और V एक कंपनी में काम करते हैं। वे तीन अलग-अलग शहरों यानी दिल्ली, मुंबई और मेरठ में रहते हैं। उन्हें सात अलग-अलग रंग पसंद हैं जैसे लाल, हरा, नीला, ग्रे, सफेद, काला और नारंगी। कम से कम दो व्यक्ति एक ही शहर में रहते हैं।

S को लाल रंग पसंद है और वह दिल्ली में रहता है। V को हरा रंग पसंद है और वह केवल Q के साथ मुंबई में रहता है। P को न तो नारंगी रंग पसंद है और न ही वह दिल्ली में रहता है। T को ग्रे रंग पसंद है लेकिन वह दिल्ली में नहीं रहता है। U को काला रंग पसंद है लेकिन वह दिल्ली में नहीं रहता है। दिल्ली में रखने वाला कोई भी व्यक्ति न तो सफेद रंग पसंद करता है और न ही नारंगी रंग।

- (a) R- नीला- मुंबई
- (b) T- ग्रे- मेरठ
- (c) P- नीला- मेरठ
- (d) P- सफेद- मुंबई
- (e) इनमें से कोई नहीं

Ans.(b)

Q32. निम्नलिखित में से कौन सा रंग Q को पसंद है?

निम्नलिखित जानकारी का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें:

सात व्यक्ति P, Q, R, S, T, U और V एक कंपनी में काम करते हैं। वे तीन अलग-अलग शहरों यानी दिल्ली, मुंबई और मेरठ में रहते हैं। उन्हें सात अलग-अलग रंग पसंद हैं जैसे लाल, हरा, नीला, ग्रे, सफेद, काला और नारंगी। कम से कम दो व्यक्ति एक ही शहर में रहते हैं।

S को लाल रंग पसंद है और वह दिल्ली में रहता है। V को हरा रंग पसंद है और वह केवल Q के साथ मुंबई में रहता है। P को न तो नारंगी रंग पसंद है और न ही वह दिल्ली में रहता है। T को ग्रे रंग पसंद है लेकिन वह दिल्ली में नहीं रहता है। U को काला रंग पसंद है लेकिन वह दिल्ली में नहीं रहता है। दिल्ली में रखने वाला कोई भी व्यक्ति न तो सफेद रंग पसंद करता है और न ही नारंगी रंग।

- (a) नारंगी
- (b) सफेद
- (c) नीला
- (d) या तो [a] या [b]
- (e) इनमें से कोई नहीं

Ans.(a)

Q33. कथन:

केवल कुछ कूएल, नॉर्मल हैं।

कोई भी नॉर्मल, हार्म नहीं है।

कुछ हार्म, हॉट हैं।

निष्कर्ष:

I. कुछ नॉर्मल, हॉट नहीं हैं।

II. कोई भी कूएल, हॉट नहीं है। नीचे दिए गए प्रश्न में कुछ कथन दिए गए हैं, जिनके बाद दो निष्कर्ष I और II दिए गए हैं। आपको दिए गए कथनों को सत्य मानना है, भले ही वे सामान्यतः ज्ञात तथ्यों से भिन्न प्रतीत होते हों। सभी निष्कर्षों को पढ़ें और फिर तय करें कि दिए गए निष्कर्षों में से कौन सा निष्कर्ष सामान्यतः ज्ञात तथ्यों को नज़रअंदाज़ करते हुए दिए गए कथनों का तार्किक रूप से अनुसरण करता है। उत्तर दें।

- (a) यदि केवल निष्कर्ष I अनुसरण करता है

- (b) यदि केवल निष्कर्ष II अनुसरण करता है
(c) यदि या तो निष्कर्ष I या II अनुसरण करता है
(d) यदि न तो निष्कर्ष I न ही II अनुसरण करता है
(e) यदि निष्कर्ष I और II दोनों अनुसरण करते हैं

Ans.(d)

Q34. कथन:

केवल सक्सेस, पैशन है।

कुछ सक्सेस, ड्रीम हैं।

कोई भी ड्रीम, हायर नहीं है।

निष्कर्ष:

I. सभी सक्सेस के हायर होने की संभावना है।

II. कोई भी पैशन, हायर नहीं है।

नीचे दिए गए प्रश्न में कुछ कथन दिए गए हैं, जिनके बाद दो निष्कर्ष I और II दिए गए हैं। आपको दिए गए कथनों को सत्य मानना है, भले ही वे सामान्यतः ज्ञात तथ्यों से भिन्न प्रतीत होते हों। सभी निष्कर्षों को पढ़ें और फिर तय करें कि दिए गए निष्कर्षों में से कौन सा निष्कर्ष सामान्यतः ज्ञात तथ्यों को नज़रअंदाज़ करते हुए दिए गए कथनों का तार्किक रूप से अनुसरण करता है। उत्तर दें।

- (a) यदि केवल निष्कर्ष I अनुसरण करता है
(b) यदि केवल निष्कर्ष II अनुसरण करता है
(c) यदि या तो निष्कर्ष I या II अनुसरण करता है
(d) यदि न तो निष्कर्ष I न ही II अनुसरण करता है
(e) यदि निष्कर्ष I और II दोनों अनुसरण करते हैं

Ans.(b)

Q35. कथन:

केवल कुछ फोकस, ग्रोथ हैं।

सभी ग्रोथ, बिलीव हैं।

कुछ बिलीव, स्ट्रेंथ हैं।

निष्कर्ष:

I. कुछ फोकस के स्ट्रेंथ होने की संभावना है।

II. कोई भी ग्रोथ, स्ट्रेंथ नहीं है। नीचे दिए गए प्रश्न में कुछ कथन दिए गए हैं, जिनके बाद दो निष्कर्ष I और II दिए गए हैं। आपको दिए गए कथनों को सत्य मानना है, भले ही वे सामान्यतः ज्ञात तथ्यों से भिन्न प्रतीत होते हों। सभी निष्कर्षों को पढ़ें और फिर तय करें कि दिए गए निष्कर्षों में से कौन सा निष्कर्ष सामान्यतः ज्ञात तथ्यों को नज़रअंदाज़ करते हुए दिए गए कथनों का तार्किक रूप से अनुसरण करता है। उत्तर दें।

- (a) यदि केवल निष्कर्ष I अनुसरण करता है
(b) यदि केवल निष्कर्ष II अनुसरण करता है
(c) यदि या तो निष्कर्ष I या II अनुसरण करता है
(d) यदि न तो निष्कर्ष I न ही II अनुसरण करता है

(e) यदि निष्कर्ष I और II दोनों अनुसरण करते हैं

Ans.(a)

Q36. The judge's decision was based on evidence, legal precedent, and the arguments presented by both sides.

In the sentence below, four words have been highlighted which may be misspelt or inappropriate in their usage. Mark the erroneous word as the answer and if all the words are correct in their spellings and usage, choose 'All are correct' as the answer.

- (a) evidence
- (b) preceident
- (c) arguments
- (d) decision
- (e) All are correct

Ans.(b)

Q37. To comply with the new policy, all staff had to complete an online orientation, followed by a proficiency assesment.

In the sentence below, four words have been highlighted which may be misspelt or inappropriate in their usage. Mark the erroneous word as the answer and if all the words are correct in their spellings and usage, choose 'All are correct' as the answer.

- (a) orientation
- (b) proficiency
- (c) assesment
- (d) comply
- (e) All are correct

Ans.(c)

Q38. The company launched an aggressive marketing strategy to improve visibility and increase consumer engazement.

In the sentence below, four words have been highlighted which may be misspelt or inappropriate in their usage. Mark the erroneous word as the answer and if all the words are correct in their spellings and usage, choose 'All are correct' as the answer.

- (a) aggressive
- (b) visibility
- (c) consumer
- (d) engazement
- (e) All are correct

Ans.(d)

Q39. Her dedication and consistency were praised during the monthly performance eavaluation.

In the sentence below, four words have been highlighted which may be misspelt or inappropriate in their usage. Mark the erroneous word as the answer and if all the words are correct in their spellings and usage, choose 'All are correct' as the answer.

- (a) eavaluation
- (b) consistency
- (c) performance
- (d) dedication
- (e) All are correct

Ans.(a)

Q40. The entrepraneur presented a detailed proposal to secure investors for his innovative platform. In the sentence below, four words have been highlighted which may be misspelt or inappropriate in their usage. Mark the erroneous word as the answer and if all the words are correct in their spellings and usage, choose 'All are correct' as the answer.

- (a) entrepraneur
- (b) proposal
- (c) investors
- (d) platform
- (e) All are correct

Ans.(a)

- Q41.** (a) pressure-sensitive
(B) mattress designed to reduce
(C) the risk of bed sores in patients
(D) scientists have developed a

The following question gives a sentence which has been divided into four parts which may not be in their correct order of narrative. The sentence is then followed by five options, one of which gives the sequence of the rearranged parts to make the sentence meaningful. Choose the option which gives the correct sequence of the parts. If the sentence is already arranged in the correct sequence, mark option " No rearrangement required " as the answer.

- (a) DBAC
- (b) ABDC
- (c) DABC
- (d) ADBC
- (e) No rearrangement required

Ans.(c)

- Q42.** (a) process for industrial projects
(B) integrating AI into the TG-iPASS industrial
(C) system aims to boost transparency and
(D) accelerate the approval

The following question gives a sentence which has been divided into four parts which may not be in their correct order of narrative. The sentence is then followed by five options, one of which gives the

sequence of the rearranged parts to make the sentence meaningful. Choose the option which gives the correct sequence of the parts. If the sentence is already arranged in the correct sequence, mark option " No rearrangement required " as the answer.

- (a) CDAB
- (b) BCDA
- (c) BACD
- (d) CBAD
- (e) No rearrangement required

Ans.(b)

- Q43.** (a) the Shipki La pass holds strategic and
(B) tourism between India and China
(C) economic significance as it serves as a
(D) potential route for cross-border trade and

The following question gives a sentence which has been divided into four parts which may not be in their correct order of narrative. The sentence is then followed by five options, one of which gives the sequence of the rearranged parts to make the sentence meaningful. Choose the option which gives the correct sequence of the parts. If the sentence is already arranged in the correct sequence, mark option " No rearrangement required " as the answer.

- (a) ACDB
- (b) ACBD
- (c) BACD
- (d) BCAD
- (e) No rearrangement required

Ans.(a)

- Q44.** (a) International Airport will be
(B) charged up to ₹1,225 as a
(C) passengers at Navi Mumbai
(D) User Development Fee (UDF)

The following question gives a sentence which has been divided into four parts which may not be in their correct order of narrative. The sentence is then followed by five options, one of which gives the sequence of the rearranged parts to make the sentence meaningful. Choose the option which gives the correct sequence of the parts. If the sentence is already arranged in the correct sequence, mark option " No rearrangement required " as the answer.

- (a) ACDB
- (b) CABD
- (c) ACBD
- (d) CBAD
- (e) No rearrangement required

Ans.(b)

- Q45.** (a) with factories' reluctance to buy, have

- (B) increasing rental costs for farmers
(C) a surge in supply and falling prices, along
(D) caused delays for trucks and tractors,

The following question gives a sentence which has been divided into four parts which may not be in their correct order of narrative. The sentence is then followed by five options, one of which gives the sequence of the rearranged parts to make the sentence meaningful. Choose the option which gives the correct sequence of the parts. If the sentence is already arranged in the correct sequence, mark option " No rearrangement required " as the answer.

- (a) CBDA
(b) DACB
(c) CADB
(d) DCBA
(e) No rearrangement required

Ans.(c)

Q46. Which of the following words will fit in the given blank (A)?

In the following passage there are blanks, each of which has been denoted by a letter. For each blank, five options are given. Choose the most appropriate word from the options that fits the blank appropriately.

In today's digital world, the spread of incorrect information has become a serious concern. Misinformation is false information shared without the intent to deceive, while disinformation is deliberately spread to _____ (a) others. Social media platforms often act as breeding grounds where such information goes _____ (B) within minutes. People tend to believe and forward these messages without checking their authenticity, often because the content aligns with their personal _____ (C). To fight this challenge, several organizations have developed tools that help to _____ (D) the truth behind viral content. Moreover, teaching digital literacy is important so that users can think critically and spot _____ (E) information. Only a well-informed society can reduce the harmful _____ (F) of misinformation and disinformation.

- (a) inform
(b) diffuse
(c) educate
(d) deceive
(e) clarify

Ans.(d)

Q47. Which of the following words will fit in the given blank (B)?

In the following passage there are blanks, each of which has been denoted by a letter. For each blank, five options are given. Choose the most appropriate word from the options that fits the blank appropriately.

In today's digital world, the spread of incorrect information has become a serious concern. Misinformation is false information shared without the intent to deceive, while disinformation is deliberately spread to _____ (a) others. Social media platforms often act as breeding grounds where such information goes _____ (B) within minutes. People tend to believe and forward these

messages without checking their authenticity, often because the content aligns with their personal _____ (C). To fight this challenge, several organizations have developed tools that help to _____ (D) the truth behind viral content. Moreover, teaching digital literacy is important so that users can think critically and spot _____ (E) information. Only a well-informed society can reduce the harmful _____ (F) of misinformation and disinformation.

- (a) unnoticed
- (b) viral
- (c) delayed
- (d) hidden
- (e) repetitive

Ans.(b)

Q48. Which of the following words will fit in the given blank (C)?

In the following passage there are blanks, each of which has been denoted by a letter. For each blank, five options are given. Choose the most appropriate word from the options that fits the blank appropriately.

In today's digital world, the spread of incorrect information has become a serious concern. Misinformation is false information shared without the intent to deceive, while disinformation is deliberately spread to _____ (a) others. Social media platforms often act as breeding grounds where such information goes _____ (B) within minutes. People tend to believe and forward these messages without checking their authenticity, often because the content aligns with their personal _____ (C). To fight this challenge, several organizations have developed tools that help to _____ (D) the truth behind viral content. Moreover, teaching digital literacy is important so that users can think critically and spot _____ (E) information. Only a well-informed society can reduce the harmful _____ (F) of misinformation and disinformation.

- (a) meals
- (b) schedules
- (c) preferences
- (d) hobbies
- (e) beliefs

Ans.(e)

Q49. Which of the following words will fit in the given blank (D)?

In the following passage there are blanks, each of which has been denoted by a letter. For each blank, five options are given. Choose the most appropriate word from the options that fits the blank appropriately.

In today's digital world, the spread of incorrect information has become a serious concern. Misinformation is false information shared without the intent to deceive, while disinformation is deliberately spread to _____ (a) others. Social media platforms often act as breeding grounds where such information goes _____ (B) within minutes. People tend to believe and forward these messages without checking their authenticity, often because the content aligns with their personal _____ (C). To fight this challenge, several organizations have developed tools that help to _____ (D) the truth behind viral content. Moreover, teaching digital literacy is important so that

users can think critically and spot _____ (E) information. Only a well-informed society can reduce the harmful _____ (F) of misinformation and disinformation.

- (a) initiate
- (b) verify
- (c) fabricate
- (d) delete
- (e) announce

Ans.(b)

Q50. Which of the following words will fit in the given blank (E)?

In the following passage there are blanks, each of which has been denoted by a letter. For each blank, five options are given. Choose the most appropriate word from the options that fits the blank appropriately.

In today's digital world, the spread of incorrect information has become a serious concern. Misinformation is false information shared without the intent to deceive, while disinformation is deliberately spread to _____ (a) others. Social media platforms often act as breeding grounds where such information goes _____ (B) within minutes. People tend to believe and forward these messages without checking their authenticity, often because the content aligns with their personal _____ (C). To fight this challenge, several organizations have developed tools that help to _____ (D) the truth behind viral content. Moreover, teaching digital literacy is important so that users can think critically and spot _____ (E) information. Only a well-informed society can reduce the harmful _____ (F) of misinformation and disinformation.

- (a) valuable
- (b) assigning
- (c) misleading
- (d) renovating
- (e) complex

Ans.(c)

Q51. Which of the following words will fit in the given blank (F)?

In the following passage there are blanks, each of which has been denoted by a letter. For each blank, five options are given. Choose the most appropriate word from the options that fits the blank appropriately.

In today's digital world, the spread of incorrect information has become a serious concern. Misinformation is false information shared without the intent to deceive, while disinformation is deliberately spread to _____ (a) others. Social media platforms often act as breeding grounds where such information goes _____ (B) within minutes. People tend to believe and forward these messages without checking their authenticity, often because the content aligns with their personal _____ (C). To fight this challenge, several organizations have developed tools that help to _____ (D) the truth behind viral content. Moreover, teaching digital literacy is important so that users can think critically and spot _____ (E) information. Only a well-informed society can reduce the harmful _____ (F) of misinformation and disinformation.

- (a) benefits

- (b) affects
- (c) outcome
- (d) effects
- (e) examples

Ans.(d)

Q52. ELEGANT

- (I) She wore an elegant gown that flowed gracefully with every step she took.
- (II) His solution to the complex mathematical problem was elegant in its simplicity and clarity.
- (III) The carpenter's tools were old and rusty, yet he called them elegant for their durability.

A word has been given in the question and used in the sentences below. Identify the statements where the word has been used in a contextually and grammatically correct manner.

- (a) Only (I)
- (b) Only (II)
- (c) Both (I) and (II)
- (d) Both (II) and (III)
- (e) All (I), (II), and (III)

Ans.(c)

Q53. PURSUE

- (I) He decided to pursue a career in biomedical research after graduating from college.
- (II) The chef asked the waiter to pursue the fish before grilling it.
- (III) The detective continued to pursue the suspect across state lines.

A word has been given in the question and used in the sentences below. Identify the statements where the word has been used in a contextually and grammatically correct manner.

- (a) Only (I)
- (b) Both (I) and (III)
- (c) Only (II)
- (d) Both (II) and (III)
- (e) All (I), (II), and (III)

Ans.(b)

Q54. BOYCOTT

- (I) The workers planned to boycott the meeting to express their dissatisfaction with management.
- (II) The activists called on the public to boycott products made with child labor.
- (III) The team decided to boycott the trophy after winning the championship.

A word has been given in the question and used in the sentences below. Identify the statements where the word has been used in a contextually and grammatically correct manner.

- (a) Only (I)
- (b) Only (II)
- (c) Both (II) and (III)
- (d) Both (I) and (II)
- (e) All (I), (II), and (III)

Ans.(d)

Q55. What can be reasonably inferred about the shift in marketing strategies in Virelia during the recession?

Read the following passage and answer the given questions based on it.

Amidst the backdrop of a severe recession in the country of Virelia, consumer behavior has undergone a profound transformation. The Consumer Confidence Index (CCI), a key measure used to gauge public sentiment about the economy, plunged by nearly 23% over the last two quarters. As rising unemployment and falling wages grip the nation, brands have been compelled to rethink their marketing strategies. A comprehensive study conducted by the Virelia Institute of Consumer Research in early 2024 revealed that 61% of consumers in urban areas now base their purchasing decisions primarily on cost-effectiveness and brand trust, as opposed to pre-recession preferences such as product variety and brand image. Interestingly, the study also introduced a new metric — the Consumer Test Index (CTI) — to evaluate how consumers respond to different marketing stimuli during economic downturns. This index showed that direct, personalized communication had a far stronger impact than traditional media. Moreover, the research noted a growing tendency among consumers to favor brands that conveyed empathy, reliability, and financial prudence—values aligned with the mood of the recession-struck population.

In particular, mobile-based marketing strategies saw a notable resurgence. SMS campaigns recorded a 37% higher engagement rate than email marketing during the first half of 2024. While emails often went unread due to digital fatigue and inbox overload, concise and well-timed text messages saw immediate responses, especially in Tier-II and Tier-III cities. According to the same research, 72% of consumers said they were more likely to open a promotional SMS than an email, with conversion rates also skewing in favor of SMS. However, the findings also highlighted a critical caveat: frequency and timing were vital. Overuse of SMS could result in opt-outs and customer disengagement. Thus, marketers have been advised to strike a balance—leveraging consumer data ethically to craft relevant, time-sensitive messages. In a recessionary climate, where consumer trust is fragile and attention spans are fleeting, the ability to communicate value directly and swiftly is becoming not just advantageous but essential. Companies that adapt with agility and insight are likely to not only survive the downturn but emerge with stronger, more loyal customer bases in the long run.

- (a) Marketers shifted to digital TV ads due to lower production costs.
- (b) Marketers have moved entirely away from emotion-based branding.
- (c) Companies increased spending on influencer marketing to boost visibility.
- (d) Companies are relying more on personalized, empathetic messages aligned with consumer sentiment.
- (e) Brand trust and product packaging have become the sole deciding factors in consumer decisions.

Ans.(d)

Q56. Which of the following statements, if true, would MOST LIKELY contribute to consumer disengagement during a recessionary marketing campaign?

- (I) Companies send SMS messages frequently without considering timing or content relevance.
- (II) Brands rely primarily on email marketing sent once weekly.
- (III) Firms use free samples to strengthen customer trust and retention.

Read the following passage and answer the given questions based on it.

Amidst the backdrop of a severe recession in the country of Virelia, consumer behavior has undergone a profound transformation. The Consumer Confidence Index (CCI), a key measure used to gauge public sentiment about the economy, plunged by nearly 23% over the last two quarters. As rising unemployment and falling wages grip the nation, brands have been compelled to rethink their marketing strategies. A comprehensive study conducted by the Virelia Institute of Consumer Research in early 2024 revealed that 61% of consumers in urban areas now base their purchasing decisions primarily on cost-effectiveness and brand trust, as opposed to pre-recession preferences such as product variety and brand image. Interestingly, the study also introduced a new metric — the Consumer Test Index (CTI) — to evaluate how consumers respond to different marketing stimuli during economic downturns. This index showed that direct, personalized communication had a far stronger impact than traditional media. Moreover, the research noted a growing tendency among consumers to favor brands that conveyed empathy, reliability, and financial prudence—values aligned with the mood of the recession-struck population.

In particular, mobile-based marketing strategies saw a notable resurgence. SMS campaigns recorded a 37% higher engagement rate than email marketing during the first half of 2024. While emails often went unread due to digital fatigue and inbox overload, concise and well-timed text messages saw immediate responses, especially in Tier-II and Tier-III cities. According to the same research, 72% of consumers said they were more likely to open a promotional SMS than an email, with conversion rates also skewing in favor of SMS. However, the findings also highlighted a critical caveat: frequency and timing were vital. Overuse of SMS could result in opt-outs and customer disengagement. Thus, marketers have been advised to strike a balance—leveraging consumer data ethically to craft relevant, time-sensitive messages. In a recessionary climate, where consumer trust is fragile and attention spans are fleeting, the ability to communicate value directly and swiftly is becoming not just advantageous but essential. Companies that adapt with agility and insight are likely to not only survive the downturn but emerge with stronger, more loyal customer bases in the long run.

- (a) Only (I)
- (b) Both (I) and (II)
- (c) Only (III)
- (d) Both (II) and (III)
- (e) All (I), (II), and (III)

Ans.(a)

Q57. What is the most plausible reason the researchers introduced the Consumer Test Index (CTI) in 2024?

Read the following passage and answer the given questions based on it.

Amidst the backdrop of a severe recession in the country of Virelia, consumer behavior has undergone a profound transformation. The Consumer Confidence Index (CCI), a key measure used to gauge public sentiment about the economy, plunged by nearly 23% over the last two quarters. As rising unemployment and falling wages grip the nation, brands have been compelled to rethink their marketing strategies. A comprehensive study conducted by the Virelia Institute of Consumer Research in early 2024 revealed that 61% of consumers in urban areas now base their purchasing decisions primarily on cost-effectiveness and brand trust, as opposed to pre-recession preferences such as

product variety and brand image. Interestingly, the study also introduced a new metric — the Consumer Test Index (CTI) — to evaluate how consumers respond to different marketing stimuli during economic downturns. This index showed that direct, personalized communication had a far stronger impact than traditional media. Moreover, the research noted a growing tendency among consumers to favor brands that conveyed empathy, reliability, and financial prudence—values aligned with the mood of the recession-struck population.

In particular, mobile-based marketing strategies saw a notable resurgence. SMS campaigns recorded a 37% higher engagement rate than email marketing during the first half of 2024. While emails often went unread due to digital fatigue and inbox overload, concise and well-timed text messages saw immediate responses, especially in Tier-II and Tier-III cities. According to the same research, 72% of consumers said they were more likely to open a promotional SMS than an email, with conversion rates also skewing in favor of SMS. However, the findings also highlighted a critical caveat: frequency and timing were vital. Overuse of SMS could result in opt-outs and customer disengagement. Thus, marketers have been advised to strike a balance—leveraging consumer data ethically to craft relevant, time-sensitive messages. In a recessionary climate, where consumer trust is fragile and attention spans are fleeting, the ability to communicate value directly and swiftly is becoming not just advantageous but essential. Companies that adapt with agility and insight are likely to not only survive the downturn but emerge with stronger, more loyal customer bases in the long run.

- (a) To check if CCI remained effective for economic predictions.
- (b) To track how mobile apps influenced purchase behavior.
- (c) To monitor how people reacted to rural job programs.
- (d) To replace GDP as a key tool in economic analysis.
- (e) To assess responses to marketing during a downturn phase.

Ans.(e)

Q58. Which of the following statements logically follow from the passage's findings?

- (I) Ethical use of consumer data is important to maintain engagement.
- (II) Brand loyalty in Virelia is primarily driven by product aesthetics during recessions.
- (III) SMS marketing is effective only if it is relevant and well-timed.

Read the following passage and answer the given questions based on it.

Amidst the backdrop of a severe recession in the country of Virelia, consumer behavior has undergone a profound transformation. The Consumer Confidence Index (CCI), a key measure used to gauge public sentiment about the economy, plunged by nearly 23% over the last two quarters. As rising unemployment and falling wages grip the nation, brands have been compelled to rethink their marketing strategies. A comprehensive study conducted by the Virelia Institute of Consumer Research in early 2024 revealed that 61% of consumers in urban areas now base their purchasing decisions primarily on cost-effectiveness and brand trust, as opposed to pre-recession preferences such as product variety and brand image. Interestingly, the study also introduced a new metric — the Consumer Test Index (CTI) — to evaluate how consumers respond to different marketing stimuli during economic downturns. This index showed that direct, personalized communication had a far stronger impact than traditional media. Moreover, the research noted a growing tendency among consumers to favor brands that conveyed empathy, reliability, and financial prudence—values aligned with the mood of the recession-struck population.

In particular, mobile-based marketing strategies saw a notable resurgence. SMS campaigns recorded a 37% higher engagement rate than email marketing during the first half of 2024. While emails often went unread due to digital fatigue and inbox overload, concise and well-timed text messages saw immediate responses, especially in Tier-II and Tier-III cities. According to the same research, 72% of consumers said they were more likely to open a promotional SMS than an email, with conversion rates also skewing in favor of SMS. However, the findings also highlighted a critical caveat: frequency and timing were vital. Overuse of SMS could result in opt-outs and customer disengagement. Thus, marketers have been advised to strike a balance—leveraging consumer data ethically to craft relevant, time-sensitive messages. In a recessionary climate, where consumer trust is fragile and attention spans are fleeting, the ability to communicate value directly and swiftly is becoming not just advantageous but essential. Companies that adapt with agility and insight are likely to not only survive the downturn but emerge with stronger, more loyal customer bases in the long run.

- (a) Only (I)
- (b) Both (I) and (III)
- (c) Only (II)
- (d) All (I), (II), and (III)
- (e) Both (II) and (III)

Ans.(b)

Q59. Which of the following would most weaken the argument that SMS campaigns were more effective than emails in Virelia in 2024?

Read the following passage and answer the given questions based on it.

Amidst the backdrop of a severe recession in the country of Virelia, consumer behavior has undergone a profound transformation. The Consumer Confidence Index (CCI), a key measure used to gauge public sentiment about the economy, plunged by nearly 23% over the last two quarters. As rising unemployment and falling wages grip the nation, brands have been compelled to rethink their marketing strategies. A comprehensive study conducted by the Virelia Institute of Consumer Research in early 2024 revealed that 61% of consumers in urban areas now base their purchasing decisions primarily on cost-effectiveness and brand trust, as opposed to pre-recession preferences such as product variety and brand image. Interestingly, the study also introduced a new metric — the Consumer Test Index (CTI) — to evaluate how consumers respond to different marketing stimuli during economic downturns. This index showed that direct, personalized communication had a far stronger impact than traditional media. Moreover, the research noted a growing tendency among consumers to favor brands that conveyed empathy, reliability, and financial prudence—values aligned with the mood of the recession-struck population.

In particular, mobile-based marketing strategies saw a notable resurgence. SMS campaigns recorded a 37% higher engagement rate than email marketing during the first half of 2024. While emails often went unread due to digital fatigue and inbox overload, concise and well-timed text messages saw immediate responses, especially in Tier-II and Tier-III cities. According to the same research, 72% of consumers said they were more likely to open a promotional SMS than an email, with conversion rates also skewing in favor of SMS. However, the findings also highlighted a critical caveat: frequency and timing were vital. Overuse of SMS could result in opt-outs and customer disengagement. Thus, marketers have been advised to strike a balance—leveraging consumer data ethically to craft relevant, time-sensitive

messages. In a recessionary climate, where consumer trust is fragile and attention spans are fleeting, the ability to communicate value directly and swiftly is becoming not just advantageous but essential. Companies that adapt with agility and insight are likely to not only survive the downturn but emerge with stronger, more loyal customer bases in the long run.

(a) A study reveals consumers often ignore promotional content in SMS unless it comes from a known brand.

(b) Some companies found SMS campaigns more expensive than anticipated.

(c) Email engagement rates rose sharply in late 2024 due to improved targeting.

(d) Tier-I city consumers still preferred emails over text messages.

(e) Consumers often misinterpreted SMS messages due to lack of visual context.

Ans.(c)

Q60. Which of the following statements is INCORRECT according to the passage?

Read the following passage and answer the given questions based on it.

Amidst the backdrop of a severe recession in the country of Virelia, consumer behavior has undergone a profound transformation. The Consumer Confidence Index (CCI), a key measure used to gauge public sentiment about the economy, plunged by nearly 23% over the last two quarters. As rising unemployment and falling wages grip the nation, brands have been compelled to rethink their marketing strategies. A comprehensive study conducted by the Virelia Institute of Consumer Research in early 2024 revealed that 61% of consumers in urban areas now base their purchasing decisions primarily on cost-effectiveness and brand trust, as opposed to pre-recession preferences such as product variety and brand image. Interestingly, the study also introduced a new metric — the Consumer Test Index (CTI) — to evaluate how consumers respond to different marketing stimuli during economic downturns. This index showed that direct, personalized communication had a far stronger impact than traditional media. Moreover, the research noted a growing tendency among consumers to favor brands that conveyed empathy, reliability, and financial prudence—values aligned with the mood of the recession-struck population.

In particular, mobile-based marketing strategies saw a notable resurgence. SMS campaigns recorded a 37% higher engagement rate than email marketing during the first half of 2024. While emails often went unread due to digital fatigue and inbox overload, concise and well-timed text messages saw immediate responses, especially in Tier-II and Tier-III cities. According to the same research, 72% of consumers said they were more likely to open a promotional SMS than an email, with conversion rates also skewing in favor of SMS. However, the findings also highlighted a critical caveat: frequency and timing were vital. Overuse of SMS could result in opt-outs and customer disengagement. Thus, marketers have been advised to strike a balance—leveraging consumer data ethically to craft relevant, time-sensitive messages. In a recessionary climate, where consumer trust is fragile and attention spans are fleeting, the ability to communicate value directly and swiftly is becoming not just advantageous but essential. Companies that adapt with agility and insight are likely to not only survive the downturn but emerge with stronger, more loyal customer bases in the long run.

(a) The Consumer Confidence Index dropped by nearly a quarter in recent months.

(b) The CTI measures how consumers respond to different marketing efforts.

(c) Personalized messages are favored over mass advertising in a recession.

(d) Consumers in Tier-II and Tier-III cities responded well to concise SMS marketing.

(e) SMS campaigns had lower conversion rates than email campaigns.

Ans.(e)

Q61. What is the most appropriate synonym for the word “fatigue” as used in the context of the passage?

Read the following passage and answer the given questions based on it.

Amidst the backdrop of a severe recession in the country of Virelia, consumer behavior has undergone a profound transformation. The Consumer Confidence Index (CCI), a key measure used to gauge public sentiment about the economy, plunged by nearly 23% over the last two quarters. As rising unemployment and falling wages grip the nation, brands have been compelled to rethink their marketing strategies. A comprehensive study conducted by the Virelia Institute of Consumer Research in early 2024 revealed that 61% of consumers in urban areas now base their purchasing decisions primarily on cost-effectiveness and brand trust, as opposed to pre-recession preferences such as product variety and brand image. Interestingly, the study also introduced a new metric — the Consumer Test Index (CTI) — to evaluate how consumers respond to different marketing stimuli during economic downturns. This index showed that direct, personalized communication had a far stronger impact than traditional media. Moreover, the research noted a growing tendency among consumers to favor brands that conveyed empathy, reliability, and financial prudence—values aligned with the mood of the recession-struck population.

In particular, mobile-based marketing strategies saw a notable resurgence. SMS campaigns recorded a 37% higher engagement rate than email marketing during the first half of 2024. While emails often went unread due to digital fatigue and inbox overload, concise and well-timed text messages saw immediate responses, especially in Tier-II and Tier-III cities. According to the same research, 72% of consumers said they were more likely to open a promotional SMS than an email, with conversion rates also skewing in favor of SMS. However, the findings also highlighted a critical caveat: frequency and timing were vital. Overuse of SMS could result in opt-outs and customer disengagement. Thus, marketers have been advised to strike a balance—leveraging consumer data ethically to craft relevant, time-sensitive messages. In a recessionary climate, where consumer trust is fragile and attention spans are fleeting, the ability to communicate value directly and swiftly is becoming not just advantageous but essential. Companies that adapt with agility and insight are likely to not only survive the downturn but emerge with stronger, more loyal customer bases in the long run.

- (a) burnout
- (b) apathy
- (c) confusion
- (d) hesitation
- (e) weakness

Ans.(a)

Q62. . Which of the following statements can be correctly inferred from the passage?

- (I) Consumers have become more value-conscious in recessionary conditions.
- (II) Traditional media is losing effectiveness during economic downturns.
- (III) Marketers are advised to communicate frequently regardless of message timing.

Read the following passage and answer the given questions based on it.

Amidst the backdrop of a severe recession in the country of Virelia, consumer behavior has undergone a profound transformation. The Consumer Confidence Index (CCI), a key measure used to gauge public sentiment about the economy, plunged by nearly 23% over the last two quarters. As rising unemployment and falling wages grip the nation, brands have been compelled to rethink their marketing strategies. A comprehensive study conducted by the Virelia Institute of Consumer Research in early 2024 revealed that 61% of consumers in urban areas now base their purchasing decisions primarily on cost-effectiveness and brand trust, as opposed to pre-recession preferences such as product variety and brand image. Interestingly, the study also introduced a new metric — the Consumer Test Index (CTI) — to evaluate how consumers respond to different marketing stimuli during economic downturns. This index showed that direct, personalized communication had a far stronger impact than traditional media. Moreover, the research noted a growing tendency among consumers to favor brands that conveyed empathy, reliability, and financial prudence—values aligned with the mood of the recession-struck population.

In particular, mobile-based marketing strategies saw a notable resurgence. SMS campaigns recorded a 37% higher engagement rate than email marketing during the first half of 2024. While emails often went unread due to digital fatigue and inbox overload, concise and well-timed text messages saw immediate responses, especially in Tier-II and Tier-III cities. According to the same research, 72% of consumers said they were more likely to open a promotional SMS than an email, with conversion rates also skewing in favor of SMS. However, the findings also highlighted a critical caveat: frequency and timing were vital. Overuse of SMS could result in opt-outs and customer disengagement. Thus, marketers have been advised to strike a balance—leveraging consumer data ethically to craft relevant, time-sensitive messages. In a recessionary climate, where consumer trust is fragile and attention spans are fleeting, the ability to communicate value directly and swiftly is becoming not just advantageous but essential. Companies that adapt with agility and insight are likely to not only survive the downturn but emerge with stronger, more loyal customer bases in the long run.

- (a) Only (I)
- (b) Both (II) and (III)
- (c) Only (III)
- (d) Both (I) and (II)
- (e) All (I), (II), and (III)

Ans.(d)

Q63. In the question below, four sentences have been given. Out of four sentences, one sentence is error-free. Find out which of the following sentence is error-free. If all the given sentences have errors, then choose option 'None is correct' as the answer choice.

- (a) The manager asked that every employee submit his or her weekly report by Friday without any exceptions.
- (b) No sooner the session ended, the participants started leaving the hall without collecting their certificates.
- (c) She has been working on this project since three months but hasn't received any feedback yet.
- (d) The results of the survey shows a significant change in consumer preferences over the past year.
- (e) None is correct.

Ans.(a)

Q64. In the question below, four sentences have been given. Out of four sentences, one sentence is error-free. Find out which of the following sentence is error-free. If all the given sentences have errors, then choose option 'None is correct' as the answer choice.

- (a) Despite of being late, he managed to catch the train that left five minutes earlier than usual.
- (b) The committee have decided to postpone the event due to insufficient participation from the members.
- (c) She not only completed the project on time but also managing the team efficiently during the crisis.
- (d) Each of the documents require verification before they are sent for final approval by the manager.
- (e) None is correct.

Ans.(e)

Q65. In the question below, four sentences are given. Out of four sentences, one sentence contains a grammatical error. Identify the incorrect sentence. If all the given sentences are grammatically correct, select option "None is incorrect" as the answer choice.

- (a) The CEO, who was known for his innovation, received international recognition for the third time.
- (b) They discussed the proposal in detail before presenting it to the finance department.
- (c) If he would have studied harder, he could have passed the examination easily.
- (d) The hotel offers not only free breakfast but also complimentary airport pickup for its guests.
- (e) None is incorrect.

Ans.(c)

Q66. यदि सोमवार को ट्रेन A में पुरुषों का महिलाओं से अनुपात क्रमशः 7:5 है और ट्रेन A सोमवार को पूरी क्षमता से यात्रा करती है, तो सोमवार को ट्रेन A में महिलाओं की संख्या ज्ञात कीजिए। निम्नलिखित तालिका को ध्यान से पढ़ें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें। तालिका चार अलग-अलग दिनों में ट्रेन A और B की एक साथ कुल क्षमता और ट्रेन B की क्षमता का भिन्न दर्शाता है।

दिन	ट्रेन A और B की एक साथ कुल क्षमता	ट्रेन B की क्षमता का भिन्न
सोमवार	480	5/8
मंगलवार	650	9/13
बुधवार	300	7/15
गुरुवार	560	3/8

- (a) 80
- (b) 75
- (c) 120
- (d) 60
- (e) 105

Ans.(b)

Q67. मंगलवार और बुधवार को ट्रेन A की क्षमता और गुरुवार को ट्रेन B की क्षमता का औसत ज्ञात कीजिए। निम्नलिखित तालिका को ध्यान से पढ़ें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें। तालिका चार अलग-अलग दिनों में ट्रेन A और B की एक साथ कुल क्षमता और ट्रेन B की क्षमता का भिन्न दर्शाता है।

दिन	ट्रेन A और B की एक साथ कुल क्षमता	ट्रेन B की क्षमता का भिन्न
सोमवार	480	5/8
मंगलवार	650	9/13
बुधवार	300	7/15
गुरुवार	560	3/8

- (a) 190
(b) 180
(c) 170
(d) 200
(e) 210

Ans.(a)

Q68. गुरुवार को ट्रेन A की कुल क्षमता, मंगलवार को ट्रेन B की कुल क्षमता से कितने प्रतिशत अधिक या कम है? निम्नलिखित तालिका को ध्यान से पढ़ें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें। तालिका चार अलग-अलग दिनों में ट्रेन A और B की एक साथ कुल क्षमता और ट्रेन B की क्षमता का भिन्न दर्शाता है।

दिन	ट्रेन A और B की एक साथ कुल क्षमता	ट्रेन B की क्षमता का भिन्न
सोमवार	480	5/8
मंगलवार	650	9/13
बुधवार	300	7/15
गुरुवार	560	3/8

- (a) 9.09%
(b) 14.28%
(c) 8.33%
(d) 33.33%
(e) 22.22%

Ans.(e)

Q69. गुरुवार को ट्रेन A का केवल 70% हिस्सा भरा हुआ है, और बाकी खाली है। यदि प्रत्येक टिकट की कीमत 15 रुपये है, तो ट्रेन द्वारा प्राप्त कुल राशि (रुपये में) ज्ञात कीजिए। निम्नलिखित तालिका को ध्यान से पढ़ें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें। तालिका चार अलग-अलग दिनों में ट्रेन A और B की एक साथ कुल क्षमता और ट्रेन B की क्षमता का भिन्न दर्शाता है।

दिन	ट्रेन A और B की एक साथ कुल क्षमता	ट्रेन B की क्षमता का भिन्न
सोमवार	480	5/8
मंगलवार	650	9/13
बुधवार	300	7/15
गुरुवार	560	3/8

- (a) 3675
(b) 3765
(c) 3575
(d) 3455

(e) 3545

Ans.(a)

Q70. सोमवार और मंगलवार को एक साथ ट्रेन B की कुल क्षमता का बुधवार और गुरुवार को एक साथ ट्रेन A की कुल क्षमता से अनुपात ज्ञात कीजिए। निम्नलिखित तालिका को ध्यान से पढ़ें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें। तालिका चार अलग-अलग दिनों में ट्रेन A और B की एक साथ कुल क्षमता और ट्रेन B की क्षमता का भिन्न दर्शाता है।

दिन	ट्रेन A और B की एक साथ कुल क्षमता	ट्रेन B की क्षमता का भिन्न
सोमवार	480	5/8
मंगलवार	650	9/13
बुधवार	300	7/15
गुरुवार	560	3/8

(a) 22:17

(b) 21:19

(c) 25:17

(d) 23:25

(e) 21:22

Ans.(c)

Q71. पाइप A, B और C क्रमशः 60 मिनट, 40 मिनट और 30 मिनट में एक खाली टंकी को पूरी तरह भर सकते हैं। टंकी शुरू में खाली थी और पाइप A को अकेले 15 मिनट के लिए खोला गया और फिर बंद कर दिया गया। उसके बाद पाइप B और C को एक साथ 10 मिनट के लिए खोला गया। टंकी का कितना भाग अभी भरना बाकी है?

(a) 5/6

(b) 2/5

(c) 1/6

(d) 3/7

(e) इनमें से कोई नहीं

Ans.(c)

Q72. अमित ने 60,000 रुपये के निवेश के साथ एक व्यवसाय शुरू किया। X महीने बाद, सुमित 90,000 रुपये के निवेश के साथ शामिल हो गया। 2 वर्ष के अंत में, कुल लाभ 120,000 रुपये था, जिसमें से अमित को अपने लाभ के हिस्से के रूप में 75,000 रुपये मिले। सुमित ने कितने महीनों के लिए व्यवसाय में अपनी राशि निवेश की थी?

(a) 144

(b) 9.6

(c) 10.8

(d) 11.2

(e) 8.4

Ans.(b)

Q73. एक व्यक्ति ने दो वर्षों के लिए चक्रवृद्धि ब्याज (वार्षिक रूप से संयोजित) पर 4450 रुपये का निवेश किया और दो वर्षों के बाद 6408 रुपये की राशि प्राप्त की। ब्याज की दर ज्ञात कीजिए।

- (a) 10%
(b) 20%
(c) 30%
(d) 5%
(e) 15%

Ans.(b)

Q74. 20 लकड़ी के तख्तों की औसत लंबाई 75 सेमी है। जब $x, x+10, x+20$ और $x+30$ सेमी लंबाई वाले 4 नए तख्तों को जोड़ा जाता है, तो औसत लंबाई 72 सेमी हो जाती है। x का मान ज्ञात कीजिए।

- (a) 42
(b) 44
(c) 45
(d) 43
(e) 46

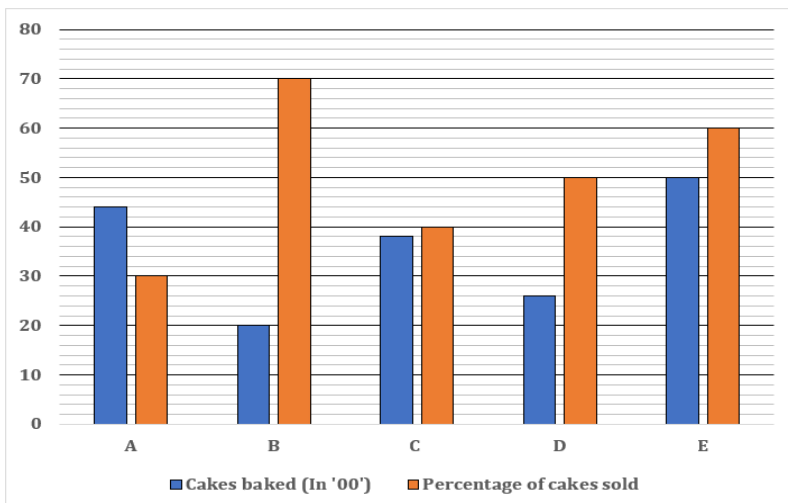
Ans.(a)

Q75. एक कोचिंग सेंटर में लड़कों की संख्या, लड़कियों की संख्या से 60% अधिक है। 80% लड़कियाँ और 50% लड़के प्रतियोगी परीक्षाओं की तैयारी कर रहे हैं। यदि प्रतियोगी परीक्षाओं की तैयारी न करने वाले छात्रों की संख्या 275 है, तो कोचिंग सेंटर में छात्रों की कुल संख्या ज्ञात कीजिए।

- (a) 755
(b) 800
(c) 715
(d) 740
(e) 820

Ans.(c)

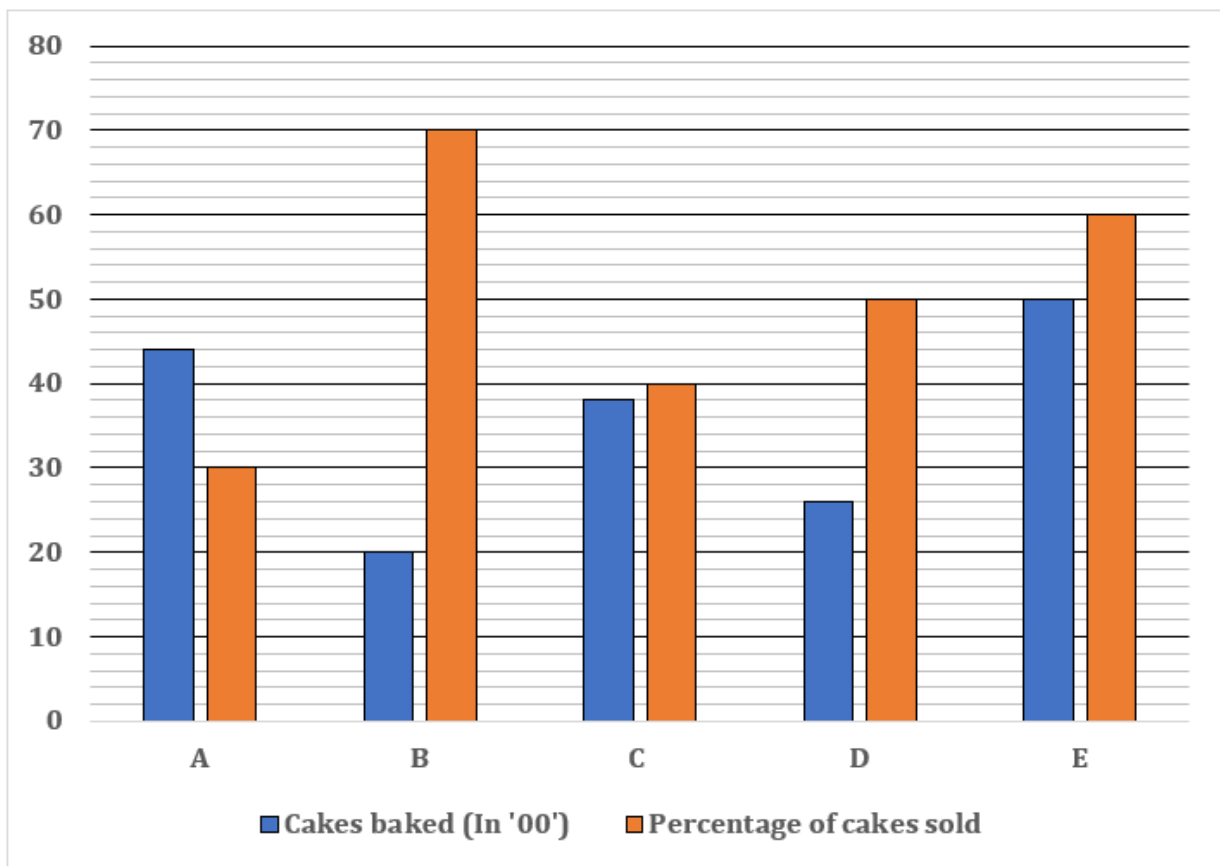
Q76. दुकान B में न बिकने वाले केकों की कुल संख्या, दुकान E द्वारा बेचे गए केकों की कुल संख्या का कितना प्रतिशत है? निम्नलिखित बार ग्राफ को ध्यान से पढ़ें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें। बार ग्राफ पाँच अलग-अलग दुकानों द्वारा बेक किए गए केक की कुल संख्या (सैकड़ों में) और बेचे गए केक का प्रतिशत दर्शाता है।



- (a) 60%
(b) 75%
(c) 20%
(d) 50%
(e) 45%

Ans.(c)

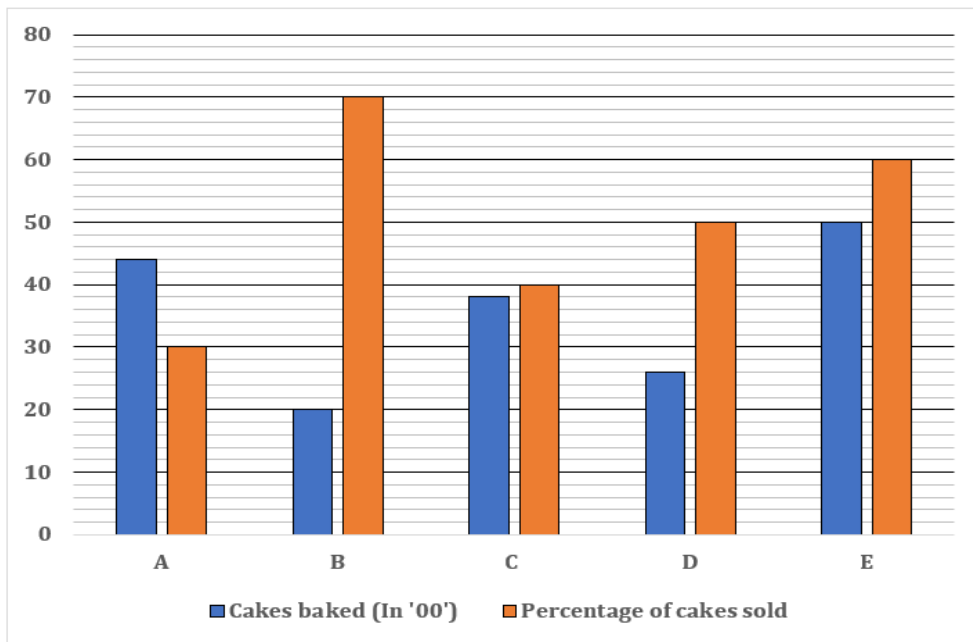
Q77. दुकान A और D द्वारा एक साथ बेक किये गए केकों की कुल संख्या का दुकान D और E में एक साथ न बिकने वाले केकों की कुल संख्या से अनुपात ज्ञात कीजिए। निम्नलिखित बार ग्राफ को ध्यान से पढ़ें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें। बार ग्राफ पाँच अलग-अलग दुकानों द्वारा बेक किए गए केक की कुल संख्या (सैकड़ों में) और बेचे गए केक का प्रतिशत दर्शाता है।



- (a) 70 : 33
(b) 73 : 35
(c) 71 : 31
(d) 72 : 39
(e) इनमें से कोई नहीं

Ans.(a)

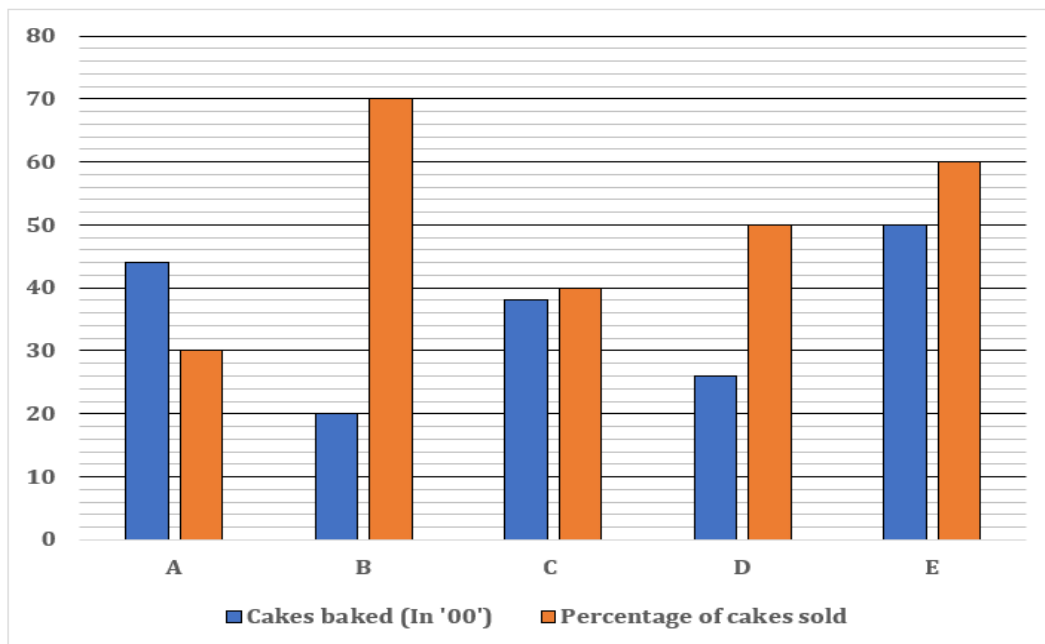
Q78. दुकान F द्वारा बेक किए गए केकों की कुल संख्या, दुकान B द्वारा बेक किए गए केकों की संख्या से 25% अधिक है। यदि दुकान F और C में न बिकने वाले केकों की संख्या क्रमशः 7:15 के अनुपात में है, तो A और F द्वारा एक साथ बेचे गए केकों की कुल संख्या ज्ञात कीजिए। निम्नलिखित बार ग्राफ को ध्यान से पढ़ें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें। बार ग्राफ पाँच अलग-अलग दुकानों द्वारा बेक किए गए केक की कुल संख्या (सैकड़ों में) और बेचे गए केक का प्रतिशत दर्शाता है।



- (a) 2575
(b) 2656
(c) 2556
(d) 2756
(e) 2246

Ans.(d)

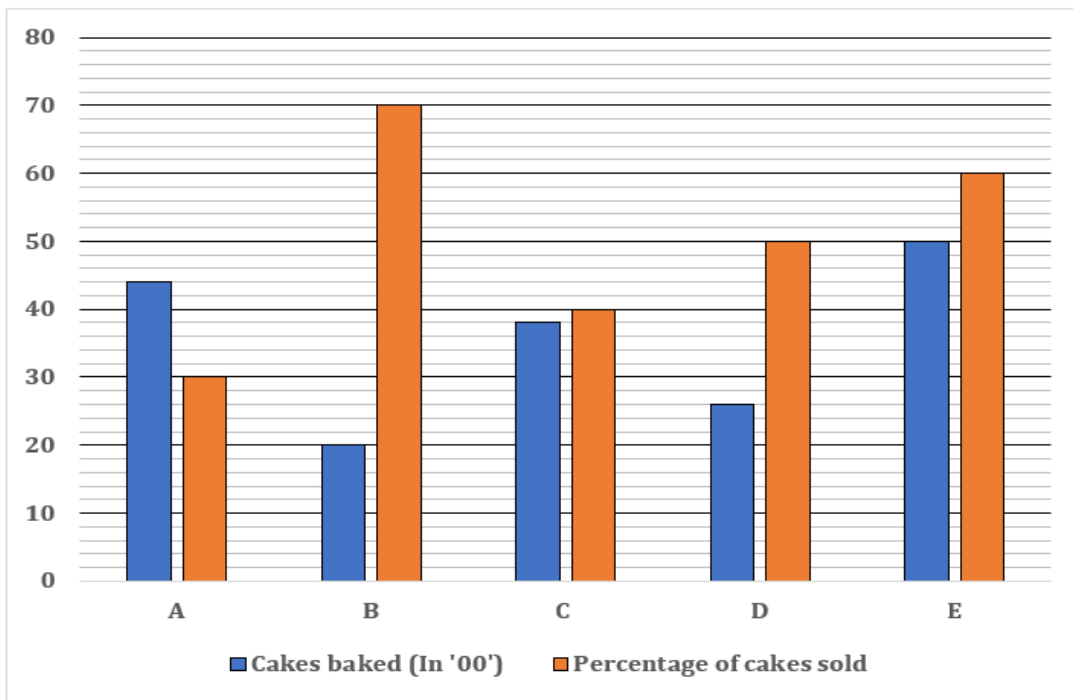
Q79. दुकान D द्वारा बेक किए गए कुल केक में से 30% चॉकलेट केक हैं, और बाकी कॉफी केक हैं। यदि बेक किए गए कुल चॉकलेट केक में से 9/13 चॉकलेट केक बिक जाते हैं, तो दुकान D में न बिकने वाले कॉफी केक की संख्या ज्ञात कीजिए। निम्नलिखित बार ग्राफ को ध्यान से पढ़ें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें। बार ग्राफ पाँच अलग-अलग दुकानों द्वारा बेक किए गए केक की कुल संख्या (सैकड़ों में) और बेचे गए केक का प्रतिशत दर्शाता है।



- (a) 1240
(b) 1060
(c) 1140
(d) 980
(e) 720

Ans.(b)

Q80. दुकान D और B में एक साथ न बिकने वाले केकों की कुल संख्या तथा दुकान C और E द्वारा एक साथ बेचे गए केकों की कुल संख्या के बीच अंतर ज्ञात कीजिए। निम्नलिखित बार ग्राफ को ध्यान से पढ़ें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें। बार ग्राफ पाँच अलग-अलग दुकानों द्वारा बेक किए गए केक की कुल संख्या (सैकड़ों में) और बेचे गए केक का प्रतिशत दर्शाता है।



- (a) 2590
(b) 2330
(c) 2250
(d) 2140
(e) 2620

Ans.(e)

Q81. एक मेज़ की कीमत हर वर्ष 10% कम हो जाती है। 2 वर्षों के बाद, उस समय की कीमत पर 25 रुपये की अतिरिक्त छूट देकर उसे बेचा गया। यदि मेज़ को मूल रूप से 1000 रुपये में खरीदा गया था, तो मेज़ को बेचने के बाद कुल हानि प्रतिशत कितना हुआ?

- (a) 25.5%
(b) 19.5%
(c) 20.5%
(d) 22.5%
(e) 21.5%

Ans.(e)

Q82. अनीता और मीना ने एक साथ काम शुरू किया। 'n' दिनों के बाद, अनीता ने काम छोड़ दिया और मीना ने शेष काम को 10 दिनों में पूरा किया। अनीता और मीना अकेले क्रमशः 20 दिन और 25 दिन में काम पूरा कर सकती हैं। 'n' का मान ज्ञात कीजिए।

- (a) 20
- (b) 3
- (c) $19/3$
- (d) $12/5$
- (e) $20/3$

Ans.(e)

Q83. एक आयत की लंबाई उसकी चौड़ाई से दोगुनी है। यदि आयत का क्षेत्रफल 1152 वर्ग सेमी है, तो उस वर्ग का क्षेत्रफल क्या होगा जिसका परिमाप आयत के परिमाप के बराबर है (वर्ग सेमी में)?

- (a) 1296
- (b) 961
- (c) 900
- (d) 1225
- (e) 1089

Ans.(a)

Q84. एक बर्तन में दूध की मात्रा पानी की मात्रा से 40% अधिक है। जब मिश्रण का 60 लीटर निकाल लिया जाता है और बर्तन में 35 लीटर पानी मिलाया जाता है, तो परिणामी मिश्रण में दूध और पानी का अनुपात 7:12 हो जाता है। दूध की प्रारंभिक मात्रा (लीटर में) ज्ञात कीजिए।

- (a) 40
- (b) 60
- (c) 50
- (d) 70
- (e) 90

Ans.(d)

Q85. एक नाव की धारा के अनुकूल गति और धारा की गति का अनुपात क्रमशः 5:1 है। धारा की प्रतिकूल गति और शांत जल में नाव की गति के बीच का अंतर 4 किमी/घंटा है। यदि धारा की गति में 2 किमी/घंटा की वृद्धि की जाती है, तो नाव द्वारा धारा के प्रतिकूल 180 किमी की यात्रा करने में कितना समय लगेगा?

- (a) 10 घंटे
- (b) 12 घंटे
- (c) 18 घंटे
- (d) 15 घंटे
- (e) इनमें से कोई नहीं

Ans.(c)

Q86. A द्वारा टी20 में तथा B द्वारा टेस्ट में बनाए गए औसत रन ज्ञात कीजिए। निम्नलिखित जानकारी को ध्यान से पढ़ें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें। यह जानकारी तीन अलग-अलग खिलाड़ियों के बारे में है जिन्होंने एक वर्ष में टी20, वनडे और टेस्ट मैचों में रन बनाए हैं।

टी20: A द्वारा बनाए गए रन 300 हैं, और B द्वारा बनाए गए रनों का C द्वारा बनाए गए रनों से अनुपात क्रमशः 3:5 है।
वनडे: टी20 में B द्वारा बनाए गए रन, A द्वारा बनाए गए रनों से 50% अधिक हैं। टी20 में A द्वारा बनाए गए रन, C द्वारा बनाए गए रनों से 60% अधिक हैं। C द्वारा बनाए गए रन A के रनों से 100 कम हैं।

टेस्ट: C द्वारा बनाए गए रन 600 हैं, और तीनों खिलाड़ियों द्वारा बनाए गए औसत रन 500 हैं।

नोट: B द्वारा तीनों प्रारूपों में बनाए गए रन 850 हैं, और A द्वारा तीनों प्रारूपों में बनाए गए औसत रन 450 हैं।

(a) 280

(b) 275

(c) 250

(d) 245

(e) 220

Ans.(b)

Q87. टी-20 में तीनों खिलाड़ियों द्वारा बनाए गए कुल रनों का C द्वारा तीनों प्रारूपों में बनाए गए कुल रनों से अनुपात ज्ञात कीजिए। निम्नलिखित जानकारी को ध्यान से पढ़ें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें। यह जानकारी तीन अलग-अलग खिलाड़ियों के बारे में है जिन्होंने एक वर्ष में टी20, वनडे और टेस्ट मैचों में रन बनाए हैं।

टी20: A द्वारा बनाए गए रन 300 हैं, और B द्वारा बनाए गए रनों का C द्वारा बनाए गए रनों से अनुपात क्रमशः 3:5 है।
वनडे: टी20 में B द्वारा बनाए गए रन, A द्वारा बनाए गए रनों से 50% अधिक हैं। टी20 में A द्वारा बनाए गए रन, C द्वारा बनाए गए रनों से 60% अधिक हैं। C द्वारा बनाए गए रन A के रनों से 100 कम हैं।

टेस्ट: C द्वारा बनाए गए रन 600 हैं, और तीनों खिलाड़ियों द्वारा बनाए गए औसत रन 500 हैं।

नोट: B द्वारा तीनों प्रारूपों में बनाए गए रन 850 हैं, और A द्वारा तीनों प्रारूपों में बनाए गए औसत रन 450 हैं।

(a) 11:13

(b) 14:23

(c) 15:19

(d) 18:23

(e) 20:29

Ans.(b)

Q88. वनडे मैच में B द्वारा बनाये गये कुल रन, टेस्ट मैच में C द्वारा बनाये गये कुल रनों का कितना प्रतिशत है? निम्नलिखित जानकारी को ध्यान से पढ़ें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें। यह जानकारी तीन अलग-अलग खिलाड़ियों के बारे में है जिन्होंने एक वर्ष में टी20, वनडे और टेस्ट मैचों में रन बनाए हैं।

टी20: A द्वारा बनाए गए रन 300 हैं, और B द्वारा बनाए गए रनों का C द्वारा बनाए गए रनों से अनुपात क्रमशः 3:5 है।
वनडे: टी20 में B द्वारा बनाए गए रन, A द्वारा बनाए गए रनों से 50% अधिक हैं। टी20 में A द्वारा बनाए गए रन, C द्वारा बनाए गए रनों से 60% अधिक हैं। C द्वारा बनाए गए रन A के रनों से 100 कम हैं।

टेस्ट: C द्वारा बनाए गए रन 600 हैं, और तीनों खिलाड़ियों द्वारा बनाए गए औसत रन 500 हैं।

नोट: B द्वारा तीनों प्रारूपों में बनाए गए रन 850 हैं, और A द्वारा तीनों प्रारूपों में बनाए गए औसत रन 450 हैं।

- (a) 55%
- (b) 60%
- (c) 80%
- (d) 75%
- (e) 90%

Ans.(d)

Q89. टेस्ट में C द्वारा बनाए गए कुल रनों और टी20 में B द्वारा बनाए गए कुल रनों के बीच अंतर ज्ञात कीजिए। निम्नलिखित जानकारी को ध्यान से पढ़ें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें। यह जानकारी तीन अलग-अलग खिलाड़ियों के बारे में है जिन्होंने एक वर्ष में टी20, वनडे और टेस्ट मैचों में रन बनाए हैं।

टी20: A द्वारा बनाए गए रन 300 हैं, और B द्वारा बनाए गए रनों का C द्वारा बनाए गए रनों से अनुपात क्रमशः 3:5 है।
वनडे: टी20 में B द्वारा बनाए गए रन, A द्वारा बनाए गए रनों से 50% अधिक हैं। टी20 में A द्वारा बनाए गए रन, C द्वारा बनाए गए रनों से 60% अधिक हैं। C द्वारा बनाए गए रन A के रनों से 100 कम हैं।

टेस्ट: C द्वारा बनाए गए रन 600 हैं, और तीनों खिलाड़ियों द्वारा बनाए गए औसत रन 500 हैं।

नोट: B द्वारा तीनों प्रारूपों में बनाए गए रन 850 हैं, और A द्वारा तीनों प्रारूपों में बनाए गए औसत रन 450 हैं।

- (a) 450
- (b) 300
- (c) 350
- (d) 200
- (e) 280

Ans.(a)

Q90. वनडे मैच में तीनों खिलाड़ियों द्वारा बनाए गए कुल रनों का योग ज्ञात कीजिए। निम्नलिखित जानकारी को ध्यान से पढ़ें और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दें। यह जानकारी तीन अलग-अलग खिलाड़ियों के बारे में है जिन्होंने एक वर्ष में टी20, वनडे और टेस्ट मैचों में रन बनाए हैं।

टी20: A द्वारा बनाए गए रन 300 हैं, और B द्वारा बनाए गए रनों का C द्वारा बनाए गए रनों से अनुपात क्रमशः 3:5 है।
वनडे: टी20 में B द्वारा बनाए गए रन, A द्वारा बनाए गए रनों से 50% अधिक हैं। टी20 में A द्वारा बनाए गए रन, C द्वारा बनाए गए रनों से 60% अधिक हैं। C द्वारा बनाए गए रन A के रनों से 100 कम हैं।

टेस्ट: C द्वारा बनाए गए रन 600 हैं, और तीनों खिलाड़ियों द्वारा बनाए गए औसत रन 500 हैं।

नोट: B द्वारा तीनों प्रारूपों में बनाए गए रन 850 हैं, और A द्वारा तीनों प्रारूपों में बनाए गए औसत रन 450 हैं।

- (a) 1200
- (b) 1150
- (c) 1350
- (d) 1300
- (e) 1450

Ans.(b)

Q91. निम्नलिखित प्रश्न में प्रश्नवाचक चिह्न (?) के स्थान पर क्या अनुमानित मान आएगा? (आपसे सटीक मान की गणना करने की अपेक्षा नहीं की जाती है)

$$\frac{314.99}{6.99} \times \frac{215.01}{42.99} = ? \div (200 \text{ का } 9.98\%)$$

- (a) 4320
- (b) 4500
- (c) 5000
- (d) 4850
- (e) 6000

Ans.(b)

Q92. निम्नलिखित प्रश्न में प्रश्नवाचक चिह्न (?) के स्थान पर क्या अनुमानित मान आएगा? (आपसे सटीक मान की गणना करने की अपेक्षा नहीं की जाती है)

$$23.04^2 + 212.9 = ? - 599 \text{ का } 55.04\%$$

- (a) 1023
- (b) 1090
- (c) 1072
- (d) 1045
- (e) 1067

Ans.(c)

Q93. निम्नलिखित प्रश्न में प्रश्नवाचक चिह्न (?) के स्थान पर क्या अनुमानित मान आएगा? (आपसे सटीक मान की गणना करने की अपेक्षा नहीं की जाती है)

$$5.03^3 + 44 \text{ का } 2/9\text{वां} = ? + 45.01$$

- (a) 90
- (b) 80
- (c) 50
- (d) 70
- (e) 40

Ans.(a)

Q94. निम्नलिखित प्रश्न में प्रश्नवाचक चिह्न (?) के स्थान पर क्या अनुमानित मान आएगा? (आपसे सटीक मान की गणना करने की अपेक्षा नहीं की जाती है)

$$\sqrt{675} \times 3.99 + ? = 450.12 \text{ का } 80.01\%$$

- (a) 256
- (b) 189
- (c) 214
- (d) 431
- (e) 90

Ans.(a)

Q95. निम्नलिखित प्रश्न में प्रश्नवाचक चिह्न (?) के स्थान पर क्या अनुमानित मान आएगा? (आपसे सटीक मान की गणना करने की अपेक्षा नहीं की जाती है)

$$\sqrt[3]{29790 + 19.12} = ? \times 4.99$$

- (a) 18
- (b) 15
- (c) 12
- (d) 10
- (e) 6

Ans.(d)

Q96.

I. $2x^2 + 13x + 21 = 0$

II. $y^2 + 6y + 9 = 0$

निम्नलिखित प्रश्नों में, x और y दो समीकरण हैं। दोनों समीकरणों को हल करें और उत्तर दीजिए-

- (a) यदि $x > y$
- (b) यदि $x < y$
- (c) यदि $x \geq y$
- (d) यदि $x \leq y$
- (e) यदि $x = y$ या x और y के बीच कोई संबंध नहीं है

Ans.(d)

Q97.

I $3x^2 - 5x - 28 = 0$

II. $y^2 - 10y + 25 = 0$

समीकरण को हल कीजिए और सही संबंध अंकित कीजिए।

- (a) $x > y$
- (b) $y > x$
- (c) $y \geq x$
- (d) $x \geq y$
- (e) $y = x$ या कोई संबंध नहीं

Ans.(b)

Q98. दो समीकरण (I) और (II) दिए गए हैं। आपको दोनों समीकरणों को हल करना है और उत्तर देना है-

(I) $x^2 - 12x + 32 = 0$

(II) $y^2 - 20y + 96 = 0$

- (a) $x > y$
- (b) $x \geq y$
- (c) $x = y$ या x और y के बीच कोई संबंध स्थापित नहीं किया जा सकता है
- (d) $y > x$
- (e) $y \geq x$

**Test
Prime**

By Adda247

PREVIOUS YEAR PAPERS PDF



PRACTICE MORE, SCORE HIGHER!



**Free
25,000+
PDF's**

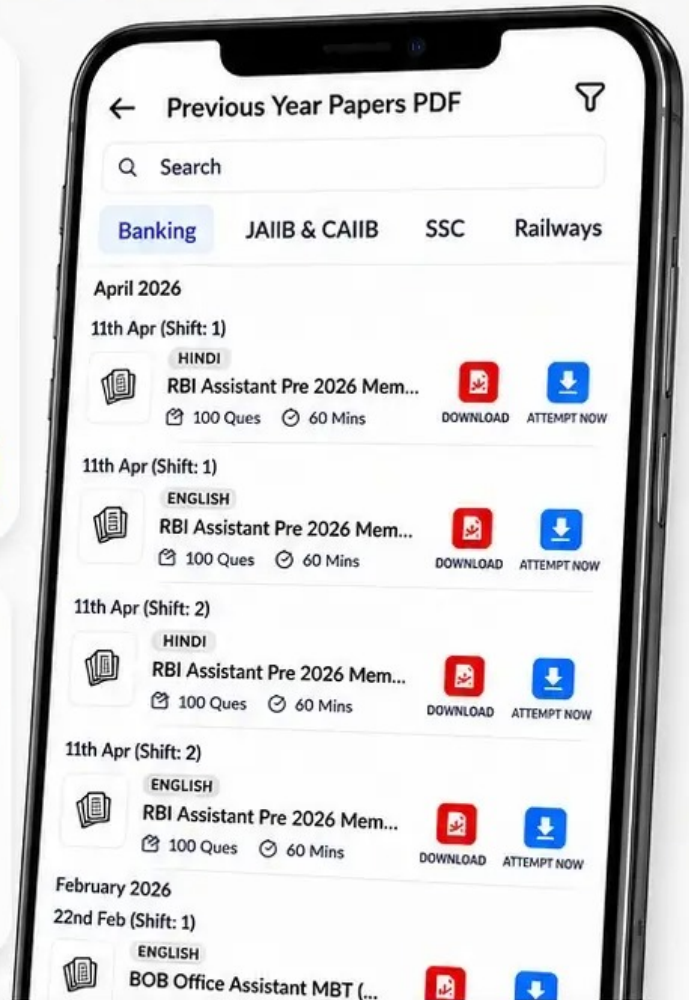
High-Quality | Exam-Wise | Updated Regularly



**ATTEMPT AS
MOCK**



Turn PDFs into real exam experience.
Analyze. Improve. Succeed.



Topic-wise &
Exam-wise PDFs



Download &
Study Offline



Attempt as Mock
& Track Score



Smart Analysis
& Performance

AVAILABLE IN



Banking



SSC



Railway



Teaching



UGC



Agriculture



Nursing



Bihar



UP



Punjab



WB



Odisha



TN



AP & Telangana



Haryana



DOWNLOAD TEST PRIME

Test

Prime



SUCCESS GALLERY!

★ MEET THE ACHIEVERS ★



Kunal, RRB JE



Shivam, UPSSSC AGTA



Priya, ANM



KHALILUR, LDA



Manoj, PWD



Atin, JENPAS



Shatarupa, OPSC



Arpita, JENPAS



Shital, SSC JE (Mech)



Nancy, UGC NET



Atul, SSC JE (ELCT)



Rahul, SSC JE (CIVIL)



Anand, SSC JE (ELCT)



Mohan, SSC JE (ELCT)



Saurabh, UGC NET



Ved, SSC JE (Mech)

★ THEY DID IT. YOU CAN TOO ★

READ THEIR STORIES!



Ans.(e)

Q99.

I. $2x^2 + 5x - 3 = 0$

II. $3y^2 + y - 14 = 0$

दिए गए द्विघात समीकरण (I) और (II) को हल कीजिए और अपने उत्तर के आधार पर सही विकल्प को चिह्नित कीजिए।

(a) $x > y$

(b) $x \geq y$

(c) $x < y$

(d) $x \leq y$

(e) x और y के बीच कोई संबंध स्थापित नहीं किया जा सकता है

Ans.(e)

Q100. I. $12x^2 - 12x = 13x - 12$ II. $12y^2 - 13y + 3 = 0$

दिए गए दो समीकरणों को हल कीजिए और अपने उत्तर के आधार पर सही विकल्प को अंकित कीजिए।

(a) यदि $x > y$

(b) यदि $x \geq y$

(c) यदि $x < y$

(d) यदि $x \leq y$

(e) यदि $x = y$ या x और y के बीच कोई संबंध स्थापित नहीं किया जा सकता है

Ans.(b)