Signature and Name of Invigilator

1. (Signature) ____________________
   (Name) ____________________
2. (Signature) ____________________
   (Name) ____________________

Roll No. | | | | | | | | |

(In figures as per admission card)

Roll No. ____________________

(In words)

Test Booklet No.

D—1206

PAPER—III

HOME SCIENCE

Time : 2½ hours] **[Maximum Marks : 200**

Number of Pages in this Booklet : **40** Number of Questions in this Booklet : **26**

Instructions for the Candidates

1. Write your roll number in the space provided on the top of this page.
2. Answers to short answer/essay type questions are to be given in the space provided below each question or after the questions in the Test Booklet itself.
   No Additional Sheets are to be used.
3. At the commencement of examination, the question booklet will be given to you. In the first 5 minutes, you are requested to open the booklet and compulsorily examine it as below :
   (i) To have access to the Test Booklet, tear off the paper seal on the edge of this cover page. Do not accept a booklet without sticker-seal and do not accept an open booklet.
   (ii) **Tally the number of pages and number of questions in the booklet with the information printed on the cover page. Faulty booklets due to pages/questions missing or duplicate or not in serial order or any other discrepancy should be got replaced immediately by a correct booklet from the invigilator within the period of 5 minutes. Afterwards, neither the question booklet will be replaced nor any extra time will be given.**
4. Read instructions given inside carefully.
5. One page is attached for Rough Work at the end of the booklet before the Evaluation Sheet.
6. If you write your name or put any mark on any part of the Answer Sheet, except for the space allotted for the relevant entries, which may disclose your identity, you will render yourself liable to disqualification.
7. You have to return the Test booklet to the invigilators at the end of the examination compulsorily and must not carry it with you outside the Examination Hall.
8. **Use only Blue/Black Ball point pen.**
9. **Use of any calculator or log table etc. is prohibited.**
10. **There is NO negative marking.**

परीक्षार्थियों के लिए निर्देश

1. पहले पृष्ठ के ऊपर नियत स्थान पर अपना रोल नम्बर लिखिए।
2. लघु प्रश्न तथा निबंध प्रकार के प्रश्नों के उत्तर, प्रत्येक प्रश्न के नीचे या प्रश्नों के बाद में दिये हुये रिक्त स्थान पर ही लिखिये।
   इसके लिए कोई अतिरिक्त कागज का उपयोग नहीं करना है।
3. परीक्षा प्रारम्भ होने पर, प्रश्न-पुस्तिका आपको दे दी जायेगी। पहले पाँच मिनट आपको प्रश्न-पुस्तिका खोलने तथा उसकी निम्नलिखित जाँच के लिए दिये जायेंगे जिसकी जाँच आपको अवश्य करनी है :
   (i) प्रश्न-पुस्तिका खोलने के लिए उसके कवर पेज पर लगी सील को फाड़ लें। खुली हुई या बिना स्टीकर-सील की पुस्तिका स्वीकार न करें।
   (ii) **कवर पृष्ठ पर छपे निर्देशानुसार प्रश्न-पुस्तिका के पृष्ठ तथा प्रश्नों की संख्या को अच्छी तरह चैक कर लें कि ये पूरे हैं। दोषपूर्ण पुस्तिका जिनमें पृष्ठ / प्रश्न कम हों या दुबारा आ गये हों या सीरियल में न हों अर्थात किसी भी प्रकार की त्रुटिपूर्ण पुस्तिका स्वीकार न करें तथा उसी समय उसे लौटाकर उसके स्थान पर दूसरी सही प्रश्न-पुस्तिका ले ले। इसके लिए आपको पाँच मिनट दिये जायेंगे। उसके बाद न तो आपकी प्रश्न-पुस्तिका वापस ली जायेगी और न ही आपको अतिरिक्त समय दिया जायेगा।**
4. अन्दर दिये गये निर्देशों को ध्यानपूर्वक पढ़ें।
5. उत्तर-पुस्तिका के अन्त में कच्चा काम (Rough Work) करने के लिए मूल्यांकन शीट से पहले एक पृष्ठ दिया हुआ है।
6. यदि आप उत्तर-पुस्तिका पर अपना नाम या ऐसा कोई भी निशान जिससे आपकी पहचान हो सके, किसी भी भाग पर दर्शाते या अंकित करते हैं तो परीक्षा के लिये अयोग्य घोषित कर दिये जायेंगे।
7. आपको परीक्षा समाप्त होने पर उत्तर-पुस्तिका निरीक्षक महोदय को लौटाना आवश्यक है और इसे परीक्षा समाप्ति के बाद अपने साथ परीक्षा भवन से बाहर न लेकर जायें।
8. **केवल नीले / काले बाल प्वाईंट पैन का ही इस्तेमाल करें।**
9. **किसी भी प्रकार का संगणक (कैलकुलेटर) या लाग टेबल आदि का प्रयोग वर्जित है।**
10. **गलत उत्तर के लिए अंक नहीं काटे जायेंगे।**

HOME SCIENCE

गृह विज्ञान

PAPER—III

प्रश्न-पत्र—III

NOTE: **This paper is of two hundred (200) marks containing four (4) sections. Candidates are required to attempt the questions contained in these sections according to the detailed instructions given therein.**

नोट : यह प्रश्नपत्र दो सौ (200) अंकों का है एवं इसमें चार (4) खंड है। अज्यर्थियों को इन में समाहित प्रश्नों का उज़र अलग दिये गये विस्तृत निर्देशों के अनुसार देना है।

SECTION - I

खण्ड—I

Note : This section contains five (5) questions based on the following paragraph. Each question should be answered in about thirty (30) words and each carries five (5) marks.

(5x5=25 marks)

नोट : इस खंड में निज़्नलिखित अनुच्छेद पर आधारित पाँच (5) प्रश्न हैं। प्रत्येक प्रश्न का उज़र लगभग तीस (30) शज़्दों में अपेक्षित है। प्रत्येक प्रश्न पाँच (5) अंकों का है।

(5x5=25 अंक)

Social marketing has proven to be a very effective approach in accomplishing the objectives of many public health programmes. The term social marketing describes the application of marketing principles to the design and management of social programmes. It is a strategic social change management approach involving the design, implementation and control of culturally acceptable programmes. Social marketing is a systematic approach to solving problems. It is related to service utilization, product development and acceptance and behaviour adoption.

Social marketing may involve both the selling of a commodity and the selling of an idea or practice. Social marketing almost always begins with promotion of a health related attitude or belief. The principles governing social marketing are many. It primarily focuses on consumer need. It requires structuring of the programme organisation and management. It seeks commercial avenues for products traditionally produced in developmental sector. It is result oriented and aims at achieving goals.

Social marketing conceives the consumer as the centre of a process involving four variables such as product, price, place and promotion. Product refers to a commodity, idea or health practice and it must be defined in terms of the user's beliefs, practices and values. Price can refer to a monetary expenditure, an opportunity cost, a status loss or a consumers time. Place refers to the channels through which products flow to users and the points at which they are offered. It involves not only retail and wholesale supply system but also the efforts of health providers, volunteer workers, friends and neighbours. Place may be a store, a health centre, an anganwadi or even a person such as a traditional birth attendant who carries a supply of ORS. In any social marketing activity promotion requires more than simple advertising. It requires extensive consumer education to assure appropriate use of products and motivational strategies.

The primary purpose of social marketing is to bring about a change in behaviour and not just importing information. The second purpose of social marketing is demand creation. Very often demand has not been realised by the programme providers.

The technique basic to social marketing is formative research technique. In promoting behaviour changes and in creating demand social marketing uses a feed forward approach that minimizes 'feed back shocks', which is called as formative research. This helps to shape the products and fine tune the promotional angle.

Social marketing requires creativity in message design and communication creativity is needed further for implementing qualitative research free of researcher bias and for developing programme strategies based on research findings.

अनेक लोक स्वास्थ्य कार्यक्रमों के उद्देश्यों की प्राप्ति के लिए सामाजिक विपणन बहुत प्रभावशाली ढ़ंग सिद्ध हुआ है। सामाजिक विपणन शज़्द सामाजिक कार्यक्रमों की रूपरेखा एवं प्रबंधन सिद्धान्त पर लागू होता हैं। यह एक सामरिक सामाजिक परिवर्ज़न के प्रबंधन का दृष्टिकोण है जिसमें सांस्कृतिक रूप से स्वीकार्य कार्यक्रमों के डिजाइन और उसे लागू करना शामिल होता है। सामाजिक विपणन समस्याओं के समाघात के लिए व्यवस्थित ढंग है। यह सेवा उपयोग, उत्पादन विकास और स्वीकृति तथा व्यवहार-ग्रहणीयता से संबन्धित है।

सामाजिक विपणन में किसी वस्तु का विक्रय और किसी विचार अथवा नित्यवृति (प्रेज़्टिस) दोनों ही शामिल हो सकते हैं। सामाजिक विपणन लगभग सर्वथा स्वास्थ्यवर्धक दृष्टिकोण अथवा विश्वास से संबन्धित होता है। सामाजिक विपणन के संचालन सिद्धान्त अनेकों हैं। इसका लक्ष्य मुज़्यत: उपभोज़्ता की मांग हुआ करता है। इसमें कार्यक्रम और प्रबंधन की संरचना की जरूरत होती है। यह उत्पादों के लिए व्यापारिक क्षेत्रों के लिए तलाश करने होते हैं। ऐसे उत्पादों के लिए जिनका पारज़्परिक उत्पादन विकास सेज़्टर में होता है। यह प्रतिफल-मुखी होता है और इसका लक्ष्य उद्देश्यों की प्राप्ति रहता है।

सामाजिक विपणन में उपभोज़्ता प्रक्रिया के केन्द्रबिन्दु के रूप में रहता है जिसमें चार तज़्व यथा उत्पाद, कीमत, स्थान और अभिवृद्धि हैं। उत्पाद से भाव है वस्तु, विचार अथवा स्वस्थ वृज़ियां है और इसे अनिवार्यतया उपभोज़्ता के विश्वासों, वृज़ियों और मूल्यों के अनुसार पारिभाषित किया जाना चाहिए। कीमत से मुद्रा के रूप में किया खर्च एक अवसर की लागत, स्तर की गिरावट अथवा उपभोज़्ता का समय आ जाते हैं। स्थान उन प्रणालियों की और इंगित करता है जिन से उत्पाद उपभोज़्ता तक पहुंचते हैं। इन में वे प्वाइंट भी शामिल हैं जहां से उनका विक्रय किया जाता है। इसमें न केवल खुदरा और थोक सप्लाई सिस्टम ही आते हैं अपितु स्वास्थ्य प्रदाताओं, स्वयंसेवी, मित्रों और पडोसियों के प्रयास भी सज़्मिलित होते हैं। कोई भण्डार, एक स्वास्थ्य केन्द्र, एक आंगनवाड़ी अथवा ऐसा व्यज़्ति भी हो सकता है जो पारज़्परिक

दाई होता है और जीवन रक्षक धोल को उठाये रहती है स्थान के अन्तर्गत आ जाते हैं। किसी भी सामाजिक विपणन क्रिया की अभिवृद्धि महज़ विज्ञापनों से अधिक की अपेक्षा रखती है। इसके लिए विस्तृत उपभोज़्ता शिक्षित करना जरूरी है जिससे उत्पादों और प्रोत्साहन-नीति के समुचित प्रयोग को यकीनी बनाया जा सके।

सामाजिक विपणन का मूल उद्देश्य व्यवहार में परिवर्तन लाना है, केवल सूचना मात्र प्रदान करना नहीं। सामाजिक विपणन का मनोरथ माँग को पैदा करना है। अधिकतर कार्यक्रम प्रदाताओं ने माँग का अनुमान नहीं किया होता।

सामाजिक विपणन की मूल तकनीक रचनात्मक गवेषणा तकनीक है। व्यवहार में परिवर्तन को बढावा देने के लिए और माँग को पैदा करने के लिए सामाजिक विपणन पूर्व प्रतिपुष्टि ढंग को अपनाता है जिससे प्रतिपुष्टि के झटकों को न्यूनतम किया जा सकता है। इसे रचनात्मक गवेषणा तकनीक कहते हैं। इस से उत्पादों को स्वरूप देने में सहायता करता है और अभिवृद्धि सज़्बन्धी दृष्टिकोण को सही रखता है।

सामाजिक विपणन में संदेश को बनाने और संचार में सृजनात्मकता की आवश्यकता होती है। सृजनात्मकता गुणात्मक अन्वेषण के लिए भी अपेक्षित है। यह अन्वेषक के पूर्वाग्रह से मुज़्त होगी और इसे अन्वेषण के परिणामों पर आधारित कार्यक्रम सज़्बन्धी रणनीति तैयार की होगी।

1. What is Social Marketing ?

सामाजिक विपणन ज़्या है ?

2. State the Social Marketing principles.

सामाजिक विपणन के सिद्धान्तों का उल्लेख कीजिए।

3. What are the four Ps of Social Marketing Process ?

सामाजिक विपणन प्रक्रिया के चार 'पी'ज (Ps) क्या है ?

4. Indicate the purposes of Social Marketing.

सामाजिक विपणन के उद्देश्यों को बतलाइए।

5. Explain the technique used in Social Marketing.

सामाजिक विपणन की तकनीक की व्याख्या कीजिए।

SECTION - II

खण्ड—II

Note : This section contains fifteen (15) questions each to be answered in about thirty (30) words. Each question carries five (5) marks.

(5x15=75 marks)

नोट : इस खंड में पंद्रह (15) प्रश्न हैं। प्रत्येक प्रश्न का उत्तर लगभग तीस (30) शब्दों में अपेक्षित है। प्रत्येक प्रश्न पाँच (5) अंकों का है।

(5x15=75 अंक)

Explain the following terms -

निम्न शब्दों की व्याख्या कीजिए -

6. Atherosclerosis
एथरोस्क्लेरोसिस

7. Antioxidants

एन्टी ओज़्सीडेन्टस

8. Isoelectric point

आइसोइलेज़्ट्रिक पॉइंट

9. Caramalization
कैरमलाइजेशन

10. Hidden costs
छिपे हुऐ खर्चे

11. Panchayati Raj
पंचायती राज

12. Cohesiveness
संसंजकता

13. Resist Printing
प्रतिरोधक छपाई

14. Sanforization
सैनफराइजेशन

15. Effective Communication
प्रभावशाली संचार

16. Ergonomics
इर्गोनोमिज़्स

17. Motivation
उत्प्रेरणा

18. Down Syndrome
डाऊन सिन्ड्रोम

19. Cone of Experience
अनुभव का कोन

20. Result demonstration
परिणाम प्रदर्शन

SECTION - III

खण्ड—III

Note : This section contains five (5) questions from each of the electives / specialisations. The candidate has to choose only one elective / specialisation and answer all the five questions from it. Each question carries twelve (12) marks and is to be answered in about two hundred (200) words.

(12x5=60 marks)

नोट : इस खंड में प्रत्येक ऐच्छिक इकाई/विशेषज्ञता से पाँच (5) प्रश्न हैं। अज़्यर्थी को केवल एक ऐच्छिक इकाई/विशेषज्ञता को चुनकर उसी में से पाँचो प्रश्नों का उज़्र देना है। प्रत्येक प्रश्न बारह (12) अंकों का है व उसका उज़्र लगभग दो सौ (200) शज़्दों में अपेक्षित है।

(12x5=60 अंक)

Elective - I

विकल्प—I

FOOD AND NUTRITION

खाद्य एवं पोषण

21. Describe the importance of using food additives in preservation of foods, giving suitable examples.

खाद्य पदार्थों की सुरक्षा के लिए फूड एडिटिव्हस की महत्वता का वर्णन उदाहरणों सहित कीजिए।

22. What are protein isolates ? Describe their applications in food processing industry.

प्रोटीन आइसोलेटस ज़्या होते है? उनका खाद्य संसाधन उद्योग में कैसे प्रयोग किया जाता है, उसका वर्णन कीजिए।

23. What do you understand by the term 'Protein Quality Evaluation"? Enumerate the different methods for evaluation of protein quality describing any one in detail.

''प्रोटीन गुणवज़ा का मूल्यांकन'' से आप ज़्या समझते है? प्रोटीन गुणवज़ा के मूल्यांकन करने की विभिन्न विधियों की परिगणना कीजिए एवं किसी एक विधि को विस्तार से लिखे।

24. "Nutritional Anthropometry is a very useful tool for assessment of nutritional status". Elaborate the statement.

''पोषणज स्तर के मूल्यांकन के लिए न्यूट्रिशनल एंथ्रोपोमेट्री एक बहुत उपयोगी यंत्र हैं।'' इस कथन का विस्तार कीजिए।

25. Discuss the role of Food Biotechnology in combating micronutrient malnutrition.
खाद्य जैव-विज्ञान का सूक्ष्म-पौष्टिक तत्व कुपोषण की रोकथाम में ज़्या भूमिका है, इसकी चर्चा कीजिए।

OR / अथवा

Elective - II
विकल्प—II
INSTITUTIONAL MANAGEMENT AND DIETETICS
संस्थानिक प्रबन्ध एवं आहारिकी

21. How can 'Value addition' be encouraged in food operations ?
भोजन संचालन कार्यों में ''वैल्यु एडीशन'' को किस प्रकार प्रोत्साहन दिया जा सकता है ?

22. Describe the tools of management.
व्यवस्थापन यंत्रों को विस्तारपूर्वक लिखिये।

23. What steps would a food service manager take to ensure that the establishment is safe from outbreaks of food poisoning ?
भोजन कार्य सेवा संचालक कौनसे कदम उठाएगा जिससे यह आश्वस्त हो कि संस्थापन भोजन विषाज़्तता से सुरक्षित रहे ?

24. Enumerate the symptoms of Diabetes mellitus and discuss their metabolic basis.
मधुमेह रोग के लक्षणों की गणना कीजिए और उनके उपपाचन आधार की चर्चा करें।

25. Explain the cause of edema in liver cirrhosis, nephritis and congestive heart failure.
लिवर सिरोसिस, नैफराइट्स और कनजस्टिव हृदय अशज़्तता में एडीमा के कारण को विस्तारपूर्वक लिखिए।

OR / अथवा

Elective - III
विकल्प—III
CHILD AND HUMAN DEVELOPMENT
शिशु एवं मानवीय विकास

21. Explain various methods of early detection of childhood disabilities.
बाल्यावस्था विकलांगता की आरंभिक पहचान की विभिन्न विधियों का वर्णन करें।

22. Briefly write the appropriate teaching strategies of early childhood education.

प्रारंभिक बाल्यावस्था शिक्षा की उचित शिक्षण पद्धतियों के बारे में संक्षिप्त में लिखिए।

23. Explain J.B. Watson's theory of behaviourism.

जे.बी. वॉटसन के व्यवहारवाद सिद्धान्त का वर्णन कीजिए।

24. What are projective techniques ? Explain any one in detail.

प्रक्षेपीय तकनीक ज़्या हैं? किसी एक को विस्तार पूर्वक लिखिए।

25. Write the importance of Reinforcement in improving learning of the children in the classroom.

कक्षा में बच्चों में सीखने सज़्बन्धी सुधार लाने के लिए प्रबलीकरण के महत्व के बारे में लिखिए।

OR / अथवा

Elective - IV

विकल्प—IV

CLOTHING AND TEXTILES

वस्त्र प्रसाधन तथा वस्त्र

21. What are the various problems faced by the consumers while buying readymade garments and textiles ?

बने-बनाए वस्त्र व कपड़ा खरीदते समय उपभोज़्ता किन किन समस्याओं का सामना करते हैं?

22. What do you understand by the term aesthetic finish ? Explain Burned out Designs, Embossing, Plisse' creps and raised fabric surfaces.

सौन्दर्यात्मक परिसज्जा शज़्द से आपका ज़्या अभिप्राय है? बर्न आऊट डिजाइन, एमबोसिंग, प्लिस करेप और कपड़े पर उनके हुए डिजाइन की व्याज़्या कीजिए।

23. List the major dye classes and indicate which fibre types are usually dyed with each.

मुज़्य रंग वर्गों की सूची बनाइए तथा बताइए कि किस प्रकार के तन्तु को प्राय: प्रत्येक रंग वर्ग से रंगा जा सकता है?

24. What are the differences among bulky, textured and stretch yarns. Discuss the basic processes for producing textured yarns.

बल्की, टेज़्सचरड व स्ट्रेच धागों में अन्तर बताइए। टेज़्सचर्ड धागों के बनाने के मूल्य परिक्रियाओं की चर्चा कीजिए।

25. Patola of Gujarat is a living art of the combined dexterity of the dyer and the weaver. Explain.

गुजरात का पटोला एक जीवन्त कला है जो कि रंगरेज और बुनकर का संयुक्त कौशल है। वर्णन कीजिए।

OR / अथवा

Elective - V

विकल्प—V

HOME AND COMMUNITY RESOURCE MANAGEMENT

गृह और सामुदायिक साधन प्रशासन

21. What are different factors that affect work capacity of a worker ? Explain with suitable example.

कार्यकर्ता की कार्य क्षमता के ज़्या उपादान है। उचित उदाहरणों सहित समझाइए।

22. Feedback is essential for efficient management of resources. Comment.

कुशल संसाधनों के प्रबन्ध में प्रतिपुष्टि अनिवार्य है। टिप्पणी करिए।

23. Interpersonal communication among family members enhances cohesiveness in family and helps them to work towards common goals.

पारिवारिक सदस्यों के बीच अन्त: व्यज़्तिगत संचार परिवार में संसंजकता को बढ़ावा देता है और परिवार को एक लक्ष्य की ओर कार्य करने में सहायक होता है।

24. To what extent do you agree to the statement 'advertising numbs, the consumers right to choose'. Justify your answer in light of positive and negative aspects of the statement.

किस हद् तक आप इस कथन से सहमत है ''विज्ञापन ग्राहक के चयन के हक को सुप्त कर देता है''। कथन के सकारात्मक और नकारात्मक पक्षों की रोशनी में जवाब दें।

25. What do you understand by the term functional design ? What principles should be considered while planning storage ? Explain with examples.

प्रकार्यात्मक रूपरेखा का अर्थ ज़्या है? संग्रह स्थान के आयोजन में किन सिद्धान्तों का ज़्याल रखेंगे। उचित उदाहरणों द्वारा समझाइऐं।

OR / अथवा

Elective - VI

विकल्प—VI

HOME SCIENCE EXTENSION EDUCATION

गृह-विज्ञान विस्तार शिक्षा

21. Define curriculum and explain the steps in its planning.

पाठ्यचर्या की परिभाषा दीजिए और योजना के पदों को सविस्तार समझाइए।

22. 'Study tours and field visits are ideal methods for educating rural women' - Comment.

शैक्षणिक पर्यटन और क्षेत्रीय दौरा ग्रामीण महिलाओं को शिक्षा देने की उज़म प्रणाली है। टिप्पणी करो।

23. Discuss the methods that can be used to motivate farm women to adopt innovative ideas and practices for improving quality of their life.

ग्रामीण महिलाओं को नये विचारों और जीवन सुधार की प्रथाओं के अनुसरण के लिए प्रोत्साहित कैसे करेंगे। विस्तार पूर्वक चर्चा करें।

24. State the requirements, advantages and limitations of a poster.

पोस्टर की आवश्यकताएं, लाभ एवं परिसीमाओं के विषय में लिखिए।

25. Explain the role of SHGs in empowering women.

महिलाओं को समर्थ बनाने में एस.एच.जी. की भूमिका ज़्या है। विस्तार से समझाइए।

SECTION - IV

खण्ड—IV

Note : This section consists of one essay type question of forty (40) marks to be answered in about one thousand (1000) words on any of the following topics.

(40x1=40 marks)

नोट : इस खंड में एक चालीस (40) अंको का निबन्धात्मक प्रश्न है जिसका उत्तर निम्नलिखित विषयों में से केवल एक पर, लगभग एक हजार (1000) शब्दों में अपेक्षित है।

(40x1=40 अंक)

26. Women constitute one-half of the national resources. Discuss the health related issues, of women and suggest strategies to combat the problem.

महिलाएं वैधानिक राष्ट्रीय संसाधन का आधा हिस्सा है। महिलाओं के स्वास्थ संबंधित वाद विषयों की चर्चा करें और उन समस्याओं से जूझने की रणनीतियों के बारे में सुझाव दीजिए।

OR / अथवा

"Job potential for Home Science graduates" discuss pros and cons of the issue.

'गृह विज्ञान के स्नातकों के लिए नौकरी के अवसर' - इस कथन पर पक्ष-विपक्षीय चर्चा करें।

FOR OFFICE USE ONLY							
Marks Obtained							
Question Number	**Marks Obtained**	**Question Number**	**Marks Obtained**	**Question Number**	**Marks Obtained**	**Question Number**	**Marks Obtained**
1		26		51		76	
2		27		52		77	
3		28		53		78	
4		29		54		79	
5		30		55		80	
6		31		56		81	
7		32		57		82	
8		33		58		83	
9		34		59		84	
10		35		60		85	
11		36		61		86	
12		37		62		87	
13		38		63		88	
14		39		64		89	
15		40		65		90	
16		41		66		91	
17		42		67		92	
18		43		68		93	
19		44		69		94	
20		45		70		95	
21		46		71		96	
22		47		72		97	
23		48		73		98	
24		49		74		99	
25		50		75		100	

Total Marks Obtained (in words) ....

(in figures) ....

Signature & Name of the Coordinator ....

(Evaluation) Date ....