Examen de Recuperación de Gestión de Medios II Fecha: 12 Septiembre de 2011

Alumno: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Estoy Informado de los artículos 19, 20 y 21 del reglamento de evaluación de la ESPOL**.

1.- Para pautar en un espacio de televisión, **5 spot de 20 segundos**, cuya tarifa de 30 segundos tiene un costo de $720 y 17.8 de Rating Amas de casa del nivel Alto y Medio, cuyo universo poblacional en la ciudad de Guayaquil es de 202,431. Realice el procedimiento paso a paso.

a.- **Cual es el CPPR del programa** b.- **Cual es la tarifa del Spot** c.-**Cual es la inversión total**

2.-Para decidir si hay que pautar un comercial en Ecuavisa, **se desea conocer: Cual es el Costo xMil target** (Amas de Casa de Clase Alta y Media), del programa **Quien quiere ser millonario**, cuyo Rating Target es de 15.8, tiene un costo por segundo de $8.5 y dura 15 segundos el comercial. Realice el procedimiento paso a paso.

3.-Cual es **el Rating Target** Ama de Casa de Clase Baja/Muy Baja**, a nivel nacional**, del Programa Televistazo si se conoce que los Universos de Quito es de 182,582, el de Guayaquil, 357,863 y el resto del Pais 311,789 y tiene una audiencia en Guayaquil de 35,125, Quito 26,450 y Resto del Pais de 11,510 Amas de Casa. Realice el procedimiento paso a paso.

4.- Cuantos TGRPs obtuvo durante el partido Nacional Barcelona los 7 spot que paso la empresa de telefonía Claro, en la ciudad de Guayaquil, conociendo que tuvo una audiencia de 235,970 hombres de clase baja/muy baja y su universo poblacional es de 459,216 personas. Realice el procedimiento paso a paso.

5.- a Partir de la siguiente información disponible determine:

|  |  |
| --- | --- |
| Hogares que leen Periódicos por NSE | Total Alta y Media |
| Total Hogares Lectores en General # | 135,308 |
| % Hogares que Leen **El Universo** según NSE | 63.2 |
| Promedio Lectores El Universo por Hogar | 2.24 |

a.- Cual es el Costo x cmts de un anuncio de 9.6 x 8.2 cmts de 2 columnas, cuya tarifa es de $1,800

b.- Cual es el Costo por mil lectores,

c.- Cual es el Costo x Mil Hogares

d.- Cual es el Total de Personas que leyó el anuncio en El Universo

6.- Dentro de las principales decisiones para invertir en publicidad, explique que son las 5 M

7.- La Publicidad Informativa se refiere a: (seleccione la respuesta correcta, explique su razón y un ejemplo)

1. Comparar directa o indirectamente con otra marca o variedad de la marca
2. Es la que se utiliza para posicionar el nombre de una marca.
3. Para lanzar una nueva categoría de productos.
4. Para incentivar a comprar el producto; usualmente menciona el precio como producto
5. Ninguna de las anteriores

8.- Que es el Timing

9.- Correlaciones en orden de ejecucion, cuales son los 5 pasos para elaborar un Plan de Medios

1er Paso Selección de Medios

2do Paso Estrategia de Medios: Alcance vs presupuesto

3er Paso Programación y Distribución del Presupuesto

4to Paso Decisión de Objetivos de Medios: Alcance, Frecuencia e Impacto

5to Paso Evaluación del cumplimiento de Objetivos

10.- Defina 5 características importantes a considerar dentro de un Plan de Medios

Pregunta consuelo: Reemplaza a la menor nota obtenida en cualquiera de las preguntas anteriores

Dentro de la Planificacion Estratégica de Medios, correlacione los siguientes conceptos

1.- Táctica \_\_\_\_\_ Televisión

2.-Plan Táctico \_\_\_\_\_ Ubicación del Spot o Comercial dentro de la programación

3.- Plan de Acción \_\_\_\_\_ Sacar en forma organizada los anuncios a publicitar

4.-Estrategia \_\_\_\_\_ Selección de los programas a utilizar

5-Recurso Estratégico: \_\_\_\_\_ Inventario de los recursos disponibles

6.- Elementos Tácticos: \_\_\_\_\_ Como se alcanzaron los objetivos