

## EXAMEN PRÁCTICO

REALICE UNA GESTION y PLANIFICACION DE MEDIOS, PARA EL PRODUCTO \_\_\_\_\_, QUIEN APROVECHANDO LA EPOCA DE PLAYAS, DESEA INCREMENTAR LAS VENTAS DE SUS PRODUCTOS, PARA LO CUAL SE DESEA QUE LA CAMPAÑA SEA DEL 10 FEBRERO 15 AL 10 DE MARZO DISPONE DE DE LA SIGUIENTE INFORMACION.

Presupuesto	\$ _____
Producto	_____
Cliente	_____
Target	_____
Universo	_____

**Definición de Medios, cobertura local por 30 días**

TV	80%	\$ _____
Radio	20%	\$ _____
Total	100%	\$ _____

- 1.-Definir: El grupo objetivo a quien dirigirá la campaña: El que Decide la compra, El que Influye en la compra o el que Compra.
- 2.-Utilice medio Televisión y Radio. Para ello deberá utilizar las tarifas de Radio y Televisión que se le proporcionaran.
- 3.- Los montos presupuestados por tipos de medios, al igual que su distribución
- 4.-Los medios asignados y su correspondiente análisis de selección de espacios
- 5.-Defina el contenido del o los anuncios a poner, así como un Story Board del comercial de televisión a utilizar.
- 6.- Analice las siguientes variables a utilizar en la selección de medios:
  - Costo por Mil,
  - Costo por Punto de Rating,
  - Tarifa por segundo del programa seleccionado: Radio \$1.25 Televisión: \$8.50
  - Costo del spot
  - Fecha de la inserción del aviso
  - Para medios Radio: Determine la hora, día y numero de comerciales por radio.
  - Duración del comercial,
  - Target Gross Rating Point Obtenidos
  - Rating del Programa Television, Consulte el reporte de Audiencia entregado
  - Rating del horario de las radios seleccionadas, se le proporcionara en clase.
- 7.- Conclusiones y recomendaciones de la campaña realizada.

## EXAMEN TEORICO MEDIOS II FINAL

1.- Que es una Gestión de Medios, de un ejemplo

2.-Que es una Gestión Mediática, de un ejemplo

3.- Que son los Documentos Mediáticos, de un ejemplo

4. De qué forma los Medios producen Ganancias Visibles, de un ejemplo

5.- De qué forma los Medios producen Ganancias Invisibles, de un ejemplo

6.-Indique 5 características de una Retorica Mediática

7.-Cuales son los 3 enfoques que intervienen en una Estrategias de Medios

8.-Que es una Planificación de Medios

9.- Que es y Cual es la diferencia entre Metas y Objetivos, Clarifíquelo con u ejemplo.

Meta

Objetivo

Diferencia

10.- Explique que es la Tática, Elemento Tático, Plan Tático, y Plan de Acción, en el curso de desarrollo de una Estrategia de Medios. Escriba un ejemplo detallado.

