

(2.5 Hours)

[Total Marks: 75]

**N. B:**

1. All questions are compulsory
2. Use of Calculator is permitted
3. Cellular phones are not allowed

**1. CASE STUDY:**

**(15)**

Create a Media Plan for Titan wrist watches both for men and women. Price is in the range of Rs 2500 to 35,000. The schedule will last two months. The advertisements are in colour. The budget for the print campaign is three crore (30000000).

**Size:**

Magazine: Single and/ or double spread

Newspaper: Half page

Use rate card given below

Dallies	Readership 000's	Rates (in sq cm)	Magazine	Readership 000's	Rate ( Full page) colour
The Times of India	7965	4238	India Today (W)	6471	710900
DNA	810	2123	Vanitha (Malayalam) (F)	2829	660000
The Hindu	3732	1770	Karmasangsthaan (Bengali) (W)	682	309,000
The Economic Times	1535	2600	Business India (F)	654	395,000
Lokmat (Marathi)	5887	691	Business Today (F)	815	465,000
Eenadu (Telugu)	1670	1350	Saras Salil (F) (Hindi)	1365	326000
Anandabazar Patrika (Bengali)	5653	870	Mathrubhumi (W) (Malayalam)	897	203,800
Deepika (Malayalam)	8691	845	Femina (F)	309	780,000
Dainik Jagran (Hindi)	21241	3260	Meri Saheli (Hindi) (M)	634	2,44,000
Nava Bharat (Hindi)	11398	1250	Grihalaxmi (Malayalam) (M)	750	640000

Rate: Quarter page size equals 400 sq.cm. (25 cm (h) x 16 cm (w))

- 2 Attempt any one between 2a.1 and 2a.2. along with 2.b [i.e. (Attempt either 2a.1 OR 2a.2 for 8 marks) and 2.b. for 7 marks]

**2a. 1 Answer the following:**

**(8)**

**Media 1:** Reach = 48 %, Frequency = 9, TPC = 8, 91,000, AEC = 61,000

**Media 2:** Reach = 70 %, Frequency =5, TPC = 6, 44,000, AEC = 32,000  
Find the % TA, GRP and CPRP for Media 1 and Media 2

**2a.2 Answer the following**

**(8)**

61,000 people see an advertisement 3 times, 51,000 see an advertisement 5 times and 76,000 people see an advertisement 6 times. Universe is 344,000. Total Cost of Advertising is 85,000. Find Reach %, GVT & CPT.

**2. b.** Find the average frequency of the advertisement in the magazines using the data given below:

**(7)**

Readership: Magazine A= 58,000, Magazine B= 67,000, Magazine C = 89,000

Duplication of Magazine A, with Magazine C = 4,000,

Duplication of Magazine B, with Magazine A= 7,000

Duplication of Magazine C, with Magazine B= 4,900,

Insertions: Magazine A= 4, Magazine B= 3, Magazine C = 2

**OR**

**2.** Write detailed note on media planning Process

**(15)**

**3. a. Explain the following concepts: -**

**(8)**

i. Reach

ii. BDI

iii. CPRP

iv. Spot buys

b. Discuss the factors affecting choice of Magaziner buying

**(7)**

**OR**

**3 a. Explain the following concepts:-**

**(8)**

i. OTS

ii. Pay-per-click (PPC)

iii. BARC

iv. Circulation

b. Discuss Email marketing

**(7)**

**4. Answer the following:**

a. Write a note on Programmatic Buying

**(8)**

b. Advantages and disadvantages of television Buying

**(7)**

**OR**

**4. Answer the following:**

a. Write a note on New Consumer Classification System (NCCS)

**(8)**

b. Write a note on Media Brief

**(7)**

**5. Write short notes on (any 3)**

**(15)**

a) Media Objectives

b) Affiliate Network

c) Media Mix

d) Role of Media buyers

e) Media Scheduling Strategies

(2 ½ तास )

(एकूण गुण ७५ )

सूचना : कॅल्क्युलेटरचा वापर करण्यास परवानगी आहे.

सेलफोनचा वापर करण्यास परवानगी नाही.

इंग्रजी प्रश्नपत्रिका मूळ प्रश्नपत्रिका आहे.

प्र. १

स्त्री आणि पुरुषांसाठी असणाऱ्या टायटनच्या मनगटी घड्याळासाठी मीडिया प्लान तयार करा. ज्याची किंमत २५०० रुपये ते ३५ हजार रुपयां दरम्यान असणार आहे. जाहिरात माध्यम कालावधी २ महिने. जाहिरात रंगीत असेल. जाहिरातीचे अंदाजपत्रक ३ करोड

( ३०,००.०००० )

जाहिरातीचा आकार

मासिक: संपूर्ण पान आणि / किंवा जोड पान

वर्तमानपत्र: अर्धे पान जाहिरात

सूचना : सोबत जोडलेले दरपत्रक वापरावे.

Dallies	Readership 000's	Rate (in sq.cm)	Magazine	Readership 000's	Rate (Full Page रंगीत)
द टाइम्स ऑफ इंडिया	७९६५	४२३८	इंडिया टुडे ( W)	६४७१	७१०९००
डीएनए	८१०	२१२३	वानिथा (मल्याळम) (F)	२८२९	६६००००
द हिंदू	३७३२	१७७०	कर्मसंगसाथान (बंगाली ) (W)	६८२	३०९,०००

द इकोनॉमिक्स टाइम्स	१५३५	२६००	बिजनेस इंडिया (F)	६५४	३९५,०००
लोकमत मराठी	५८८७	६९१	बिजनेस टुडे (F)	८१५	४६५,०००
इनाडू (तेलगु)	१६७०	१३५०	सरस सलील (हिंदी) (F)	१३६५	३२६,०००
आनंदबझार पत्रिका (बंगाली)	५६५३	८७०	मातृभूमी मल्याळम (W)	८९७	२०३,८००
दीपिका (मल्याळम )	८६९१	८४५	फेमिना (F)	३०९	७८०,०००
दैनिक जागरण (हिंदी)	२१२४१	३२६०	मेरी सहेली (हिंदी) (M)	६३४	२,४४,०००
नवभारत (हिंदी)	११३९८	१२५०	गृहलक्ष्मी मल्याळम (M)	७५०	६४,००००

दर : एक चतुर्थांश पानाचा आकार ४०० चौ.से.मी म्हणजे ( २५ से.मी. (उंची) १६ से.मी. (रुंदी)

प्र.२ अ.१ किंवा प्र.२अ.२ या पैकी एक व प्र. २ ब. सोडवा

प्र. २अ. १ किंवा प्र. २अ.२ हा ८ मार्कासाठी आणि प्र. २ ब हा ७ मार्कासाठी आहे.

प्र. २अ१. खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा

मिडिया १. पोहोच= ४८ % , वारंवारता= ९ , टी.पी.सी= ८,९१,००० , एईसी=६१,०००

मिडिया २. पोहोच= ७० % , वारंवारता= ५ , टी.पी.सी= ६,४४ ,००० , एईसी=३२,०००

शोधा : % TA, GRP आणि CPRP मिडिया १ व मिडिया २ साठी

किंवा

प्र. २अ.२

६१,००० लोक एक जाहिरात ३ वेळा पाहतात, ५१,००० लोक ५ वेळा जाहिरात पाहतात आणि ७६,००० लोक ६ वेळा जाहिरात पाहतात. विश्व ३४४,०००, जाहिरातीची संपूर्ण किंमत= ८५,०००  
शोधा: पोहोच %, GVT आणि CPT

प्र. २ ब पुढील मासिकांमधील जाहिरातींची सरासरी वारंवारता पुढील माहितीचा उपयोग करून शोधा

रिडरशिप; मासिक अ - ५८,०००

मासिक ब - ६७,०००

मासिक क - ८९,०००

मासिक 'अ' चे इयूप्लीकेशन मासिक 'क' सोबत = ४०००

मासिक 'ब' चे इयूप्लीकेशन मासिक 'अ' सोबत = ७०००

मासिक 'क' चे इयूप्लीकेशन मासिक 'ब' सोबत = ४९००

इंसर्शन मासिक 'अ'=४, मासिक 'ब'=३, मासिक 'क'=३

२. माध्यम नियोजनाची प्रक्रिया सविस्तर लिहा १५

प्र.३ अ खालील संकल्पना स्पष्ट करा ८

१. पोहोच
२. बी.डी.आय
३. सी. पी. आर. पी
४. स्पॉट खरेदी

प्र.३ ब. मासिकासाठी जागा खरेदी करण्याच्या निर्णयावर परिणाम करणाऱ्या घटकांची चर्चा करा. ७

किंवा

प्र.३ अ खालील संकल्पना स्पष्ट करा ८

१. ओ. टी. एस.
२. प्रत्येक क्लिकची किंमत (Pay per click)
३. बी.ए. आर. सी.
४. वितरण

प्र.३ ब. इमेल मार्केटिंगची चर्चा करा

प्र. ४ खालील उत्तरे लिहा

१.कार्यक्रमनिहाय खरेदी यावर टीप लिहा

२. दूरचित्रवाणी जागा खरेदीचे फायदे व तोटे स्पष्ट करा

किंवा

प्र. ४ खालील उत्तरे लिहा

१. नवीन ग्राहक वर्गवारी पद्धत (NCCS) यावर टीप लिहा

२.माध्यम संक्षिप्त (Media Brief ) यावर टीप लिहा

प्र. ५ टिपा लिहा ( कोणत्याही ३ )

१.माध्यम उद्दिष्ट्ये

२. संलग्नित नेटवर्क

३. माध्यम मिश्र

४. माध्यम खरेदीदाराची भूमिका