

22/11/19

TYBMM | Sem V | Regular

(2.5 Hours)

[Total Marks: 75]

NB:-

- Read the questions carefully before answering
- Figures to the right indicate the full marks
- Give example when necessary

Q.1

Answer the following

Create a Media Plan for the Amazfit Bip lite Smart watch worth Rs. 3999/- . It provides detailed sports tracking for outdoor running, treadmill, walking and cycling, and can be connected to phone's GPS to track runs and rides. 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	7805	4110	India Today	2850	520000
The Hindustan Times	4487	2100	Outlook	2281	275000
Lokmat Times	1450	450	Femina	1250	155000
Gujarat Samachar	1642	510	The Week	1219	275000
The Economic Times	1240	2850	Reader's Digest	2321	120000
Mid-day	778	339	Outlook Traveller	3415	265000
Afternoon	570	275	Sarita (Hindi) W	2190	150000
Navbharat times	1850	750	Filmfare	3150	275000
Amar Ujala	17388	2093	Vanitha (F) (Malayalam)	1812	305000
Malayala Manorama	7990	885	India Today (Hindi) (Weekly)	1440	3,14,000

The size of quarter page in a Newspaper is 400 Sq.cm

15

27309 | 27309 | 27309

- Q 2** Answer the following:
 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]
- 2.a.1** **Media 1:** Reach = 53 %, Frequency = 9, TPC = 8, 50,000, AEC = 50,000 8
Media 2: Reach = 70%, Frequency = 13, TPC = 8, 70,000, AEC = 55,000
 Find the % TA, GRP and CPRP for Media 1 and Media 2
- OR**
- 2 a.2** 25, 000 people see an advertisement 6 times, 20,000 people see an advertisement 8 times and 16,000 people see an advertisement 5 times. Universe is 1, 60,000. Total cost of advertising is 80,000. Find Reach %, GVT and CPT. 8
- 2b** Find the average frequency of the advertisement in the magazine using the data given below: 7
 Readership: Magazine A=50,000, Magazine B= 65,000 , Magazine C= 60,000
 Duplication of Magazine A, with Magazine C= 9,000,
 Duplication of Magazine B, with Magazine A= 7,000,
 Duplication of Magazine C, with Magazine B= 5,000,
 Insertion: Magazine A=5, Magazine B=4, Magazine C=3
- OR**
- c.** Discuss the steps involved in Media planning process. 8
d. Explain Earned, Paid and Owned Media. 7
- Q 3** Answer the following:
- a.** Explain the different Scheduling Strategies with diagram. 8
b. What are the advantages and disadvantages of Digital Media? 7
- OR**
- c.** Explain the different sources of Media Research. 8
d. Discuss the different forms of Outdoor advertising. 7
- Q 4** Answer the following:
- a.** Explain the six successful strategies in Negotiations. 8
b. What is Media Brief? Explain the various aspects of a good media brief. 7
- OR**
- c.** What are the factors affecting choice of Media Mix. 8
d. Explain the responsibilities of Media Buyer. 7
- Q 5** Write short notes on **any three** of the following: 15
- a. Communication Mix
 - b. NCCS Grid
 - c. Transit Advertising
 - d. Point of Purchase
 - e. Media Audit

TY BMM / Sem V / Regular

22/11/19

मराठी भाषांतर

(2 ½ तास)

(एकूण गुण ७५)

सूचना : १. कॅल्क्युलेटरचा वापर करण्यास परवानगी आहे.

२. सेलफोनचा वापर करण्यास परवानगी नाही.

३. इंग्रजी प्रश्नपत्रिका मूळ प्रश्नपत्रिका आहे.

१. पुढील उत्पादनाकरीता मिडीया प्लान तयार करा.

१५

अॅमेझिट बिप लाइट स्मार्ट घड्याळ मीडिया योजना तयार करा. किंमत रु. 3999 / -. हे मैदानी धावणे, ट्रेडमिल, चालणे आणि सायकलिंगसाठी तपशीलवार स्पोर्ट्स ट्रेकिंग प्रदान करते आणि धावा आणि स्वारांचा मागोवा घेण्यासाठी फोनच्या जीपीएसशी कनेक्ट केले जाऊ शकते. 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	Rates (in sq cm)	Magazine	Readership 000's	Rate (Full page) colour
The Times of India	7805	4110	India Today	2850	520000
The Hindustan Times	4487	2100	Outlook	2281	275000
Lokmat Times	1450	450	Femina	1250	155000
Gujarat Samachar	1642	510	The Week	1219	275000
The Economic Times	1240	2850	Reader's Digest	2321	120000
Mid-day	778	339	Outlook Traveller	3415	265000
Afternoon	570	275	Sarita (Hindi) W	2190	150000
Navbharat times	1850	750	Filmfare	3150	275000
Amar Ujala	17388	2093	Vanitha (F) (Malayalam)	1812	305000
Malayala Manorama	7990	885	India Today (Hindi) (Weekly)	1440	3,14,000

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

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. २अ १.खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा:

	मिडिया १.	मिडिया २.
पोहोच	५३	७०
वारंवारता	९	१३
एईसी (Average Exposure cost)	५००००	५५०००
बजेट	८,५०,०००	८,७०,०००

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

प्र.२अ.२ खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा:

२५,००० लोक एक जाहिरात ६ वेळा पाहतात, २०,००० लोक ८ वेळा जाहिरात पाहतात आणि १६,००० लोक ५ वेळा जाहिरात पाहतात. जाहिरातीची संपूर्ण किंमत = ८०,०००, विश्व १६०,००० ,
शोधा: पोहोच % , GVT आणि CPT

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

रिडरशिप; मासिक अ - ५०,०००

मासिक ब - ६५,०००

मासिक क - ६०,०००

मासिक 'अ' चे ड्यूप्लिकेशन मासिक 'ब' सोबत = ९०००

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

मासिक 'क' चे ड्यूप्लिकेशन मासिक 'अ' सोबत = ५०००

इंसर्शन नसल्यास

मासिक 'अ' = ५, मासिक 'ब' = ४ , मासिक 'क' = ३

किंवा

क. मीडिया नियोजन प्रक्रियेत सामील असलेल्या चरणांची चर्चा करा.

ड. अर्जित, सशुल्क आणि मालकीचे माध्यम 7 स्पष्टीकरण द्या.

प्र. ३ खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा:

अ आकृतीसह विविध शेड्यूलिंग (Scheduling Strategies) नीती समजावून सांगा.

ब डिजिटल मीडियाचे फायदे आणि तोटे काय आहेत?

किंवा

क. मीडिया रिसर्चच्या वेगवेगळ्या स्रोतांचे स्पष्टीकरण द्या.

ड .मैदानी (Outdoor) जाहिरातींच्या विविध प्रकारांवर चर्चा करा.

प्र४ . खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा:

अ वांटाघाटीमधील सहा यशस्वी रणनीती स्पष्ट करा.

ब. मीडिया ब्रिफ म्हणजे काय? चांगल्या माध्यमांच्या संक्षिप्त माहितीचे विविध पैलू समजावून सांगा.

किंवा

प्र४ . खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा:

क. मीडिया मिक्सच्या निवडीवर परिणाम करणारे घटक कोणते आहेत?

ड. मीडिया खरेदीदाराच्या जबाबदा या समजावून सांगा.

प्र. ५ टिपा लिहा (कोणत्याही तीन)

अ. कम्युनिकेशन मिक्स

बी. एनसीसीएस ग्रिड

सी. संक्रमण जाहिरात

डी. खरेदीबिंदू

ई. मीडिया ऑडिट
