

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΘΕΜΑ 2°

α) Το ραδιόφωνο έχει χαμηλό κόστος, προσφέρει αμεσότητα στο διαφημιστικό μήνυμα το οποίο μπορεί να προετοιμαστεί γρήγορα, με χαμηλό συγκριτικά κόστος και να είναι διασκεδαστικό. Από την άλλη πλευρά, είναι πάρα πολύ δύσκολο να συντονιστεί μία διαφημιστική καμπάνια με βάση το ραδιόφωνο διότι το κοινό του ραδιοφώνου είναι ιδιαίτερα διεσπαρμένο γεωγραφικά, ενώ η ακρόαση γίνεται συνήθως κάτω από συνθήκες έντονου επικοινωνιακού «θορύβου» και δεν προσφέρεται για οπτική παρουσίαση του διαφημιζόμενου προϊόντος. Με λίγα λόγια, μόνο σε λίγες περιπτώσεις μπορεί να αποτελέσει το βασικό μέσο που θα χρησιμοποιήσει η εταιρία για την μεταφορά του διαφημιστικού μηνύματος στο κοινό-στόχο.

(Μονάδες 9)

β) Η τηλεόραση έχει τη δυνατότητα να φτάσει σε ένα ευρύ, σχετικά διαφοροποιημένο κοινό, προσφέρει χαμηλό κόστος ανά χιλιάδες, ικανοποιητικές δημιουργικές ευκαιρίες για παρουσίαση και αμεσότητα των μηνυμάτων που εκπέμπονται. Η δημογραφική επιλεκτικότητα αυξάνεται όταν χρησιμοποιούνται δορυφωρικοί σταθμοί καθώς μέσω αυτών των προγραμμάτων μπορούμε να προσεγγίσουμε πολύ επιλεγμένα ακροατήρια, ενώ εκτός από ιδιαίτερα αποτελεσματική, η τηλεόραση προσφέρεται για την αναπαραγωγή διασκεδαστικών μηνυμάτων. Ως βασικό μειονέκτημα στη χρήση της τηλεόρασης αναφέρεται το κόστος της καμπάνιας η οποία για να είναι στοιχειωδώς αποτελεσματική απαιτεί σημαντικό ποσό. Πλέον του σημαντικού κόστους που συνεπάγεται η τηλεοπτική παρουσία στα μειονεκτήματα της τηλεόρασης αναφέρουμε τη σύντομη ζωή των μηνυμάτων, τη μικρή δημογραφική επιλεκτικότητα που προσφέρουν τα παραδοσιακά δίκτυα σταθμών και τις μεγάλες περιόδους που απαιτούνται για την παραγωγή των μηνυμάτων.

(Μονάδες 16)