

## ΑΣΚΗΣΗ 01

*Πρόβλημα μάρκετινγκ* Μία επιχείρηση πρόκειται να εισάγει ένα νέο προϊόν στην αγορά. Για τη διαφήμιση του προϊόντος επιλέγει να χρησιμοποιήσει ως διαφημιστικά μέσα τηλεόραση, ραδιόφωνο, εφημερίδες, περιοδικά και τέλος προβολή στα web sites του internet. Το κόστος διαφήμισης ανά παρουσίαση στα πέντε αυτά διαφημιστικά μέσα και οι δείκτες ακροαματικότητας παρουσιάζονται στον Πίνακα 1.3.9. Ο δείκτης ακροαματικότητας είναι ο μέσος όρος των ατόμων που βλέπουν τη διαφήμιση.

	Τηλ.	Ραδ.	Εφημ.	Περιοδ.	Internet
Κόστος	200.000	20.000	110.000	130.000	10.000
Δείκτες Ακροαματικότητας	120	25	60	82	40

**Πίνακας 1.3.9.** Κόστος διαφημίσεων και δείκτες ακροαματικότητας

Η διοίκηση της επιχείρησης δεν μπορεί να διαθέσει για τη διαφήμιση πάνω από 8000000 δρχ. Ακολουθείται η εξής πολιτική. Ο αριθμός των διαφημίσεων που γίνονται στα έντυπα μέσα δεν πρέπει να υπερβαίνει το 30% αυτών που γίνονται στην τηλεόραση και το ραδιόφωνο. Έχει παρατηρηθεί ότι για να αποδώσει μία διαφήμιση απαιτούνται τουλάχιστον 15 επαναλήψεις στο ραδιόφωνο και 10 επαναλήψεις στην τηλεόραση. Επίσης οι διαφημίσεις στο Internet επειδή βρίσκονται σε πειραματικό στάδιο δεν πρέπει να ξεπερνούν τις 15.

Να προσδιοριστεί ο αριθμός των διαφημίσεων στα πέντε αυτά διαφημιστικά μέσα έτσι ώστε να μεγιστοποιείται η συνολική ακροαματικότητα.

Το πρόβλημα να λυθεί με τον Solver του EXCEL.