



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Medya Planlaması	REK206	4	4 + 0	3,0	Zorunlu
Birim Bölüm	Reklamcılık - Ön Lisans (Yüz Yüze Anlatım, Tartışma, Takım-Grup Çalışması, Beyin Fırtınası, Örnek Olay Yöntemi, Ödev, Soru-Cevap)				
Amaç	Dersin amacı, medya çeşitliliğinin arttığı günümüz toplumunda, markaların tüketicilerle kurmuş olduğu iletişimin sistemli bir medya planlama ile etkin sonuçlara daha hızlı ulaşabileceğinin anlaşılmasını sağlamaktır.				
Ders İçeriği	Pazarlama- Reklam-Medya Planı ilişkisi, Medya Planlama, Medya Planlama Aşamaları, Medya Planlamada Kullanılan Temel Kavramlar, Medya Ölçümleri, Medya Amaçları ve Stratejileri, Farklı Reklam Mecralarının Karşılaştırılması, Online Mecrada Medya Planlama, Medya Maliyetleri ve Satın Alma, Medya Hedefleri Geliştirme, Medya Planı Oluşturmak, Medya Planı Yazmak ve Sunmak.				
Ders Veren	Dr. Öğr. Üyesi İbrahim ALKARA				
Ders Kaynakları	Medya Planlama ve Satın Alma (Gıyasettin Tayfur), Yeni Medya Planlama ve Tüketici Davranışları (Bilgen Başal), Medya Planlama (Nevzat Bilge İspir), Reklamda Rekabetin Anahtarı Medya Planlama (Belma Güneri Fırlar), Yeni Medya Planlama ve Tüketici Davranışları- Bilgen Başal				

Hafta	Konu
1	Pazarlama, Reklam, Medya Planı ilişkisi
2	Medya Planlama
3	Medya Planlama Aşamaları
4	Medya Planlamada Kullanılan Temel Kavramlar
5	Medya Ölçümleri
6	Medya Ölçümleri
7	Medya Amaçları ve Stratejileri
8	Medya Amaçları ve Stratejileri
9	Farklı Reklam Mecralarının Karşılaştırılması
10	Online Mecrada Medya Planlama
11	Medya Maliyetleri ve Satın Alma
12	Medya Hedefleri Geliştirme
13	Medya Planı Oluşturmak
14	Medya Planı Yazmak ve Sunmak

Ders İş Yüğü	Çalışma Türü / Öğretim Metotlar	Süresi (Saat)	Sayısı
Dinleme ve anlamlandırma	Ders	4	14
Ara Sınav 1		5	1
Final		8	1
Ders İş Yüğü:		69	
AKTS (Ders İş Yüğü / 25.5):		2,71	

Program Çıktıları

- Reklamcılık alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgileri kazanır
- Reklamcılık alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri analitik ve stratejik düşünmede ve problem çözmeye kullanma becerisine sahiptir
- Reklamcılık Alanıyla ilgili edindiği bilgiler çerçevesinde bir işletmenin çevresini ve mikro anlamda işletmenin kendisini değerlendirebilme ve sorunları kavrayabilme becerisine sahiptir.
- Uygulama safhalarında bilgilerini disiplinler arası değerlendirebilir
- Bilgisayar ve bilişim teknolojilerini ihtiyaç duyduğu teknik/mesleki düzeyde kullanır.
- Alanla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır.
- Bir yabancı dili alanla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlayabilir ve kullanabilir
- Reklamcılık alanı ile ilgili ileri düzeydeki bir çalışmayı edindiği bilgiler doğrultusunda bağımsız olarak yürütür.
- Reklamcılık alanları içinde yer alan metin yazma, kampanya planlama, reklam stratejisi belirleme ve müşteri ilişkileri yönetimi gibi alanlardan en az birinde uzmanlık düzeyinde gelişime açıktır
- Yeni teknolojileri öğrenerek kendini sürekli geliştirebilir, eğitebilir ve yeni alanlara ilgi duyar
- Stratejik iletişimi kavrayarak etkili yazılı ve sözlü sunum yapabilmeye, strateji geliştirme, yaratıcı ve eleştirel düşünebilme gibi yeterliliklere sahiptir.
- Reklamcılık alanında edindiği uzmanlaşmış kuramsal bilgi ve donanımı, yaratıcı ve etik bir anlayış ile hayata geçirebilme becerisine sahiptir
- Kalite ve kültürel değerler ile çevre koruma, iş sağlığı ve güvenliği konularında farkındalığa sahiptir

Ders Öğrenme Çıktısı - Program Çıktıları (1 -5 Puan Aralığı)

Ders Öğrenme Çıktısı	PÇ1	PÇ2	PÇ3	PÇ4	PÇ5	PÇ6	PÇ7	PÇ8	PÇ9	PÇ10	PÇ11	PÇ12	PÇ13
Medya Planlama Sürecini Yönetir	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4
Medya Planlama Kavramlarını Tanımlar ve Aşamalarını Sıralar	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4
Medya Planı Yazar, Oluşturur ve Sunar	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4
Medya Amaç, Strateji, Maliyet ve Ölçümleri Açıklar	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4
Medya Hedeflerini Kavrar	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4
Ortalama Değer	4,4	4,2	4,6	4,4	4,4	4,6	4,6	4,4	4,4	4	4,6	4,6	4

<https://ebs.bilecik.edu.tr/pdf/dersbilgigetir/369201>