



| Ders Adı | Kodu | Yarıyıl | T+U Saat | AKTS | Z / S |
|-----------------|--|---------|----------|------|---------|
| Medya Planlama | HİT257 | 1 | 2 + 1 | 4,0 | Seçmeli |
| Birim Bölüm | Halkla İlişkiler ve Tanıtım - Ön Lisans (sözlü, yüz yüze) | | | | |
| Amaç | Medya Planlama Faaliyetleri, Medya Planlamasında Kullanılan Kavramlar, Yeni Planlama Modelleri, Medya Planının Organizasyonu başlıklı konular işlenecektir. Medyada yer almak üzere hazırlanan doğru mesajların, doğru zamanda, doğru kanalla, doğru yoğunlukta yer almasına ilişkin tüm kavram ve stratejilerin ele alınacak, tüketici ve hedef kitle ilişkisi de öğretilecektir. | | | | |
| Ders İçeriği | Bu ders kapsamında, Medya Planlamasına Giriş, Medya, Reklam Tüketici Arasındaki İlişki, Medya Planlama Faaliyetleri, Medya Planlamasında Kullanılan Kavramlar, Yeni Planlama Modelleri, Medya Planının Organizasyonu başlıklı konular işlenecektir. Medyada yer almak üzere hazırlanan doğru mesajların, doğru zamanda, doğru kanalla, doğru yoğunlukta yer almasına ilişkin tüm kavram ve stratejilerin ele alınacak, tüketici ve hedef kitle ilişkisi de öğretilecektir. | | | | |
| Ders Kaynakları | Medya Planlama ve Satın Alma (Gıyasettin Tayfur), Yeni Medya Planlama ve Tüketici Davranışları (Bilgen Başal), Medya Planlama (Nevzat Bilge İspir), Reklamda Rekabetin Anahtarları Medya Planlama (Belma Güneri Fırlar), Yeni Medya Planlama ve Tüketici Davranışları- Bilgen Başal | | | | |

| Hafta | Konu |
|-------|--|
| 1 | Pazarlama, Reklam, Medya Planı İlişkisi |
| 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 Mecedra Medya Planlama |
| 11 | Medya Maliyetleri ve Satın Alma |
| 12 | Medya Hedefleri Geliştirme |
| 13 | Medya Planı Oluşturmak |
| 14 | Medya Planı Yazmak ve Sunmak |

Program Çıktıları

- Alanıyla ilgili güncel ve teorik bilgilere sahiptir.
- Etkili iletişim becerileri konusunda edindiği bilgi ve uygulama düzeyi sayesinde iç-dış paydaşlarla ikna edici iletişim kurabilir.
- Edindiği disiplinler arası bilgiler sonucunda toplumsal, kültürel, siyasi ve sosyal konuları ya da değişimleri belirleme, analiz etme ve sonuçları mesleki çalışmalarda kullanabilme becerisine sahiptir.
- İletişim hukukuyla ilgili yeterli bilinç düzeyine sahip olarak üstlendiği iletişim çalışmalarında, hukuki sorumluluk bilinciyle hareket edebilir.
- Alanıyla ilgili konularda ekip çalışmasının getireceği sorumluluklara açıktır.
- Alanıyla ilgili konularda bireysel anlamda sorumluluğa açıktır.
- Girişimcilik ve liderliğin önemini bilir.
- Bireysel bilgi ve becerileri ile alanıyla ilgili kişi ve kurumlara düşüncelerini yazılı ve sözlü olarak aktarır, onlara çözüm önerisi sunar.
- Bir yabancı dili alanıyla ilgili konularda bilgi sahibi olacak şekilde yazılı olarak anlar ve kullanır.
- Alanının gerektirdiği düzeyde bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanır.
- Alanıyla ilgili konularda toplumsal refahı ön planda tutar ve mesleki, ahlaki ve etik değerlere uygun değerlendirme ve yorum yapar
- Reklam, grafik tasarımı, pazarlama, protokol ve lobcilik alanlarında yeterli düzeyde bilgi sahibidir
- Değişime açık, toplumsal konulara duyarlı, eleştirel ve çözüm üretebilen bakış açılarına sahip olarak yaşam boyu öğrenmeye ilişkin olumlu tutum ve davranış geliştirir
- Alanıyla ilgili konularda bilgi ve becerileri eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirir
- Alanıyla ilgili edindiği bilgi ve becerileri problem çözmede kullanabilir, analitik ve stratejik düşünerek bunları uygulamaya geçirebilir.

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 | PÇ14 | PÇ15 |
|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|------|------|------|
| Medya Planlama Sürecini Yönetir | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Medya Planlama Kavramlarını Tanımlar ve Aşamalarını Sıralar | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Medya Planı Yazar, Oluşturur ve Sunar | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Medya Amaç, Strateji, Maliyet ve Ölçümleri Açıklar | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Medya Hedeflerini Kavrar | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Ortalama Değer | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |