



Ders Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	AKTS	Z / S
Medya Planlama	HİT257	2	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 Anahtarı 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 Kavar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ortalama Değer	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-