

Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu / Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı

2023 - 2024 Eğitim Öğretim Yılı

MEDYA PLANLAMA VE SATIN ALMA

Syllabus

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
MEDYA PLANLAMA VE SATIN ALMA	HİT2132910	Güz Dönemi	2+0	2	4
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Ön Lisans				
Dersin Türü	Programa Bağlı Seçmeli				
Dersin Koordinatörü	Öğr.Gör. Sonia LOTFI				
Dersi Verenler	Öğr.Gör. Üsame Talha BAŞARAN				
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Medya Planlama ve Satın alma dersi kapsamında; öğrencinin medya planlama ve satın almanın temel prensiplerini kavraması, medya planlama ve satın alma ajanslarının işlevlerini öğrenmesi, medya planlama ve satın alma süreci hakkında detaylı bilgiye sahip olması amaçlanmaktadır.				
Dersin İçeriği	Bu ders; Reklam ve Reklamcılık Sektörüne Genel Bakış, Reklam Türleri ve Reklam Kampanya Süreçleri, Reklam Mecraları, Medya Planlama ve Satın Alma Kavramı, Medya Planlama ve Satın Alma Sektörüne Genel Bakış, Medya Planlama ve Satın Alma Stratejisi Oluşturma, Medya Planlama ve Satın Almadaki Temel Kavramlar-1, Medya Planlama ve Satın Almadaki Temel Kavramlar-2, Medya Planlama ve Satın Almadaki Kullanılan Ölçüm Teknikleri-1, Medya Planlama ve Satın Almadaki Kullanılan Ölçüm Teknikleri-2, Medya Planlama Modelleri, Medya Planı Oluşturma - Medya Planı Örneklerinin İncelenmesi, Medya Satın Alma Süreçleri- Medya Satın Alma Örneklerinin İncelenmesi, Medya Planlama ve Satın Alma Süreçlerinde Ortaya Çıkan Problemler; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Kazanımları				Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
1.Reklamcılıkta medya planlamanın rolünü ve önemini kavrar.				16, 9	A
2.Medya planlama ve satın alma süreçlerini tanımlar.				16, 9	A
3.Medya planlama araç ve yöntemlerini kavrar.				16, 9	A
4.Medya planlama ve satın alma stratejilerini tanımlar.				16, 9	A
5. Araştırma sonuçlarını stratejik planlamaya sayısız gerçek hayat vaka çalışmalarıyla uygulayabilme becerisi kazanır.					
Öğretim Yöntemleri	16: Soru - Cevap Tekniği , 9: Anlatım Yöntemi				
Ölçme Yöntemleri	A: Klasik Yazılı Sınav				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Reklam ve Reklamcılık Sektörüne Genel Bakış				
2	Reklam Türleri ve Reklam Kampanya Süreçleri				
3	Reklam Mecraları				
4	Medya Planlama ve Satın Alma Kavramı				
5	Medya Planlama ve Satın Alma Sektörüne Genel Bakış				
6	Medya Planlama ve Satın Alma Stratejisi Oluşturma				
7	Medya Planlama ve Satın Almadaki Temel Kavramlar-1				
8	Medya Planlama ve Satın Almadaki Temel Kavramlar-2				
9	Medya Planlama ve Satın Almadaki Kullanılan Ölçüm Teknikleri-1				
10	Medya Planlama ve Satın Almadaki Kullanılan Ölçüm Teknikleri-2				
11	Medya Planlama Modelleri				
12	Medya Planı Oluşturma - Medya Planı Örneklerinin İncelenmesi				
13	Medya Satın Alma Süreçleri- Medya Satın Alma Örneklerinin İncelenmesi				
14	Medya Planlama ve Satın Alma Süreçlerinde Ortaya Çıkan Problemler				
Değerlendirme Yöntemleri		Sınava Katkısı			
Ara Sınav		40			
Genel Sınav		60			

Kaynaklar
Reklamda Rekabetin Anahtarı Medya Planlama, Belma Güneri Fırlar, Nobel Yayınları, Ankara, 2012.
Medya Planı Nasıl Hazırlanır?, Jack Z. Sissors ve Roger B. Baron, Mediacat Yayınları, İstanbul, 2008.Bütünleşik Reklam, Tutundurma ve Pazarlama İletişimi, Nobel Yayınları, Ankara, 2016.
Reklam ve Medya Planlaması, Gülbuğ Erol, Beta Yayınları, Ankara, 2007.
Medya Planlaması, Bilgen Başal, Çantay Kitabevi, İstanbul, 1998.
Reyting Gerçeği, Başar Hatırnaz, Nobel Yayınları, Ankara, 2007.