

İletişim Fakültesi / Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı (İngilizce)

2021 - 2022 Eğitim Öğretim Yılı

MEDYA PLANLAMA

Ders Tasarımı (Syllabus)

Dersin Tanımı					
Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
MEDYA PLANLAMA	PR4112014	Güz Dönemi	3+0	3	5
Ön Koşul Dersleri					
Önerilen Seçmeli Dersler					
Dersin Dili	İngilizce				
Dersin Seviyesi	Lisans				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Koordinatörü	Dr.Öğr.Üye. Esra OĞUZHAN				
Dersi Verenler	Dr.Öğr.Üye. Esra OĞUZHAN				
Dersin Yardımcıları					
Dersin Amacı	Bir ürün ya da hizmetin reklam çalışmalarının medya planlamasının yapılması				
Dersin İçeriği	Bu ders; Medya planlamaya giriş,Örnek medya planı sunumu ,Medya, reklam ve tüketiciler arasındaki ilişkiler,Temel ölçüm ve hesaplamalar ,Pazarlama stratejisi ve medya planlama ,Uygulamalı medya planı çalışması ,Strateji planlama 1: kim, nerede ve ne zaman? ,Strateji planlama 2: ağırlıklama, erişim ve sıklık ,Medya sınıflarını seçmek ,Medya planlamanın ilkeleri ,Yaratıcı medya planı çalışmaları ,Medya araçlarını değerlendirme ve seçme ; konularını içermektedir.				
Dersin Öğrenme Çıktıları				Öğretim Yöntemleri	Ölçme Yöntemleri
seçilen bir ürünün belli bir periyotta detaylı bir medya planını hazırlar				1, 2	A, C
Tüketicilerin eğilimleri, medya satın alma, medya araçlarını ölçme becerisi kazandırır				1, 2	A, C
Mecralar arası kıyaslama, her mecraanın avantajlı ve dezavantajlı olan yanlarına göre strateji geliştirme				1, 2	A, C
Öğretim Yöntemleri	1: Anlatım, 2: Soru - Cevap				
Ölçme Yöntemleri	A: Yazılı sınav, C: Ödev				
Ders Akışı					
Sıra	Konular	Ön Hazırlık			
1	Medya planlamaya giriş				
2	Örnek medya planı sunumu				
3	Medya, reklam ve tüketiciler arasındaki ilişkiler				
4	Temel ölçüm ve hesaplamalar				
5	Pazarlama stratejisi ve medya planlama				
6	Uygulamalı medya planı çalışması				
7	Strateji planlama 1: kim, nerede ve ne zaman?				
8	Strateji planlama 2: ağırlıklama, erişim ve sıklık				
9	Medya sınıflarını seçmek				
10	Medya planlamanın ilkeleri				
11	Yaratıcı medya planı çalışmaları				
12	Medya araçlarını değerlendirme ve seçme				
Kaynaklar					
Advertising Media Planning by Jack Z. Scissors and Roger B. Baron					