

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	MEDİA AND MEDİA PLANNİNG / MEDİA AND MEDİA PLANNİNG	
Ders Kodu / Course Code	HSEC215201291200	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Associate / Associate	
Ders Akts Kredi / ECTS	2.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	2.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	2	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Formal Education / Formal Education	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Medya çeşitleri, kişisel medya, kişisel olmayan medya, yayın kuşakları, mesaj planlama, kanal planlama, mesajların hedef kitleleri, hedef kitlelerin belirlenmesi, mesajların hangi süre ve sıklıkta verileceği, hangi iletişim araçlarından nasıl yararlanılacağı, onların nasıl düzenleneceği, bütçeleme, adaptasyon ve uygulama, sonuçlarının değerlendirilmesi, konuya ilişkin olarak yapılmış medya planlama çalışmaları ele alınacaktır.	to teach types of media to give the students basic information about general concepts related to media planning to provide the basic knowledge about preparation of media plan to introduce the students with broadcasting bands, message planning, channel planning,
İçeriği / Content	Medya Planlaması ve pazarlama ile ilişkisi; medya planlaması süreci ve yürütülen çalışmalar; Medya planlaması ile ilgili temel kavramlar; Medya planlaması sürecinde araç seçimi ve aracın planlamaya sağladığı avantaj ve dezavantajlar; Medya planı örneği inceleme.	basic principles of planning the basic concepts of media planning new media planning approaches
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Yok	None
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	BAŞAL, B. , Medya Planlaması	BAŞAL, B. , Medya Planlaması
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	ÖĞR. GÖR. NEJAT ÜSTÜN	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Medya Planlama Kavramını tanımlar ve medya planlamasının kapsamında yer alan temel işlerin neler olduğunu reklam sektörü ile ilişkilendirerek açıklayabilir,	To have the knowledge and skills of media planning process
2	Medya planlamasının aşamalarını, bu aşamada yapılması gerekenleri ve medya planlamasında kullanılan araçların neler olduğunu kavrar,	Effectively be able to define the closest related to the concepts of media planning.
3	Medya planlaması ile ilgili yakın kavramları tanımlayabilir.	To have knowledge about and awareness of Media planning process Stages

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya Planlaması Kavramı: Medya Planlaması Zincirinin Halkaları				
	Media Planning Concept: Media Planning Chain Rings				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama stratejisi ve medya planlaması: Medya Planlamasının Pazarlama ile ilişkisi				
	Marketing strategy and media planning: Planning of Media Relations and Marketing				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya Planlaması ve Reklama Kampanyası Çalışmaları İçindeki Yeri				
	Media and advertising campaign Place in Campaign Studies				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya Planlaması Öncesinde Planlamacısının Yapması Gereken Çalışmalar				
	Media Planning Ahead Planners Need to Do the Work				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Planlama Öncesi Sorulması Gereken Sorular: Medya Planlamasında Kullanılan Zamanlama Stratejileri				
	Pre-Planning Questions You Should Ask: Media Planning Strategies Used in the Timing				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya reklam ve tüketici arasındaki ilişki				
	The relationship between media and consumer advertising				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya Planlaması İle İlgili Kavramlar				
	Concepts related to Media Planning				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	ARASINAV				
	MIDTERM				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya Planlaması İle İlgili Kavramlar				
	Concepts related to Media Planning				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya Planlaması Aşaması: Reklam Kampayasında Kullanılabilecek Reklam Ortam Ve Araçlarının Seçimi				
	Media Planning Stage: Advertising can be used in Kampaya Selection of Advertising Media and Tools				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya Planlaması Aşaması: Reklam Kampayasında Kullanılabilecek Reklam Ortam Ve Araçlarının Seçimi				
	Media Planning Stage: Advertising can be used in Kampaya Selection of Advertising Media and Tools				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya Planlamasında Karşılaşılan Sorunlar				
	Problems in Media Planning				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yeni Planlama Modelleri				
	New Planning Models				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Örnek Medya Planlaması Hazırlama				
	Sample Preparation of Media Planning				
15	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Örnek Medya Planlaması Hazırlama				
	Sample Preparation of Media Planning				
16	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	YARIYILSONU SINAVI				
	FINAL EXAM				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	2.00	2.00
Final Sınavı / Final Examination	1	2.00	2.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	2.00	28.00
Soru-Yanıt / Question-Answer	14	2.00	28.00
Toplam / Total:	30	8.00	60.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 30.00 (Saat/AKTS) = 60.00/30.00 = 2.00 ~ 2.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 30.00 (Hour / ECTS) = 60.00 / 30.00 = 2.00 ~ 2.00			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes									
	1.1.1	1.1.2	2.1.1	2.1.2	3.1.1	3.1.2	3.2.1	3.2.2	3.3.1	3.4.1
1. Medya Planlama Kavramını tanımlar ve medya planlamasının kapsamında yer alan temel işlerin neler olduğunu reklam sektörü ile ilişkilendirerek açıklayabilir, / To have the knowledge and skills of media planning process	4	5	5	4	4	4	5	4	3	5
2. Medya planlamasının aşamalarını, bu aşamada yapılması gerekenleri ve medya planlamasında kullanılan araçların neler olduğunu kavrar, / Effectively be able to define the closest related to the concepts of media planning.	4	4	4	3	4	3	4	5	4	5
3. Medya planlaması ile ilgili yakın kavramları tanımlayabilir. / To have knowledge about and awareness of Media planning process Stages	4	5	5	4	3	3	4	5	5	5

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high