

MEDYA PLANLAMA

1	Ders Adı:	MEDYA PLANLAMA
2	Ders Kodu:	PZRS026
3	Ders Türü:	Seçmeli
4	Ders Seviyesi	Önlisans
5	Dersin Verildiği Yıl:	2
6	Dersin Verildiği Yarıyıl	3
7	Dersin AKTS Kredisi:	3.00
8	Teorik Ders Saati (saat/Hafta)	1.00
9	Uygulama Ders Saati(saat/Hafta)	2.00
10	Laboratuvar Ders Saati (saat/hafta) :	0
11	Dersin Önkoşulu:	Yok
12	Dersin Dili:	Türkçe
13	Dersin Veriliş Şekli:	Yüz yüze
14	Dersin Koordinatörü:	Öğr.Gör. YALIN FEYZİ KORUKÇU
15	Dersi Veren Diğer Öğretim Elemanları:	
16	Koordinatör İletişim Bilgileri:	ykorukcu@uludag.edu.tr, Tel: 2615540/60535
17	Dersin WEB adresi:	
18	Dersin Amacı:	Öğrencilerin, firmaların reklamveren olarak, reklam ajansları ve medya ilişkileri, medya planlama ve medya satın alma konularında ve bunlara ilişkin süreçler hakkında temel bilgilere sahip olmalarını sağlamak.
19	Dersin Mesleki Gelişime Katkısı:	
20	Dersin Öğrenme Kazanımları:	
	1	Kitle iletişiminde medyanın yerini ve önemini kavrayabilme
	2	Medya kurumları ile etkin iletişim kurabilme ve yürütebilme
	3	Hedef kitle odaklı medya ve mecra seçimi yapabilme
	4	Medya planı yapabilme
	5	Medya planı prosedürlerini gerçekleştirebilme
	6	Medya planlamasına göre medya satın alabilme
	7	Medya planlama ve satın alımında karşılaşılan sorunları çözebilme
	8	Medya bütçesini oluşturup yönetebilme
	9	Medya planı uygulama sürecini denetleyebilme
	10	Medya planlama etkinliğini pazarlama hedefleri ile karşılaştırıp ölçümleyebilme
21	Dersin İçeriği:	
Hafta	DERS İÇERİKLERİ	
	Teorik	Uygulama
1	Kitle iletişimi, medya, önemi	Güncel örnekler
2	Medya planlama	Güncel örnekler
3	Medya planlama prosedürleri	Güncel örnekler
4	Medya seçme	Güncel örnekler

5	Medya planlamada sorunlar	Güncel örnekler
6	Medya araçları	Güncel örnekler
7	Medya planlama hedefleri	Güncel örnekler
8	Ders tekrarı ve Arasınnav	
9	Medya analizi, medya stratejisi	Güncel örnekler
10	Temel ölçüm ve hesaplamalar, izlenme oranı, erişim, frekans, pay	Güncel örnekler
11	İzleyici analizi ve ölçümleri	Güncel örnekler
12	Medya satın alma	Güncel örnekler
13	Verilerin yorumlanması	Güncel örnekler
14	Medya planı hazırlama	Güncel örnekler

22	Ders Kitabı, Referanslar ve/veya Diğer Kaynaklar:	1) Barban, A. M, .Kopec, F.J, Cristol, S. M., Medya Planlama, Epsilon Yayıncılık, İstanbul, 1997 2) Fırlar, Belma Güneri; Reklamda Rekabetin Anahtarı Medya Planlama, Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul, 2009 3) Sissors, Jack. Z.; Medya Planı Nasıl Hazırlanır?, MediaCat Kitapları, İstanbul, 2008 4) Özkundakçı, Mehmet; Medya Planlama, Hayat Yayıncılık, İstanbul, 2009
----	---	--

23	Değerlendirme
----	---------------

YARIYIL İÇİ ÇALIŞMALARI	SAYISI	KATKI YÜZDESİ
Ara Sınav	1	40.00
Kısa Sınav	0	0.00
Ödev	0	0.00
Yıl Sonu Sınavı	1	60.00
Toplam	2	100.00
Yıl içi çalışmalarının Başarıya Oranı		40.00
Finalin Başarıya Oranı		60.00
Toplam		100.00
Kullanılan Ölçme ve Değerlendirme Yaklaşımları		

24	AKTS / İŞ YÜKÜ TABLOSU
----	-------------------------------

ETKİNLİK	SAYISI	Süresi (Saat)	Toplam İş Yüğü (Saat)
Teorik Dersler	14	1.00	14.00
Uygulamalı Dersler	14	2.00	28.00
Sınıf Dışı Ders Çalışma Süresi (Ön çalışma, pekiştirme)	14	2.00	28.00
Ödevler	0	0.00	0.00
Projeler	0	0.00	0.00
Arazi Çalışmaları	0	0.00	0.00
Arasınnavlar	1	10.00	10.00
Diğer	0	0.00	0.00
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	10.00	10.00
Toplam İş Yüğü			100.00
Toplam İş Yüğü / 30 saat			3.00
Dersin AKTS Kredisi			3.00

25	PROGRAM YETERLİLİKLERİ İLE DERS ÖĞRETİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU															
	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10	PY11	PY12	PY13	PY14	PY15	PY16
ÖK1	4	4	0	0	0	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK2	4	4	0	0	0	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK3	4	4	0	0	0	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK4	4	4	0	0	0	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK5	4	4	0	0	0	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK6	4	4	0	0	0	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK7	4	4	0	0	0	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK8	4	4	0	0	0	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖK: Öğrenme kazanımlar PY: Program yeterlilikleri																
Katkı Düzeyi:	1 çok düşük			2 Düşük			3 Orta			4 Yüksek			5 Çok Yüksek			