



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Medya Planlama							
Ders Kodu		HIT209		Ders Düzeyi		Önlisans			
AKTS Kredi	4	İş Yüğü	100 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Bu dersin amacı medya araştırması, planlaması ve alımlarla ilgili bilgileri öğrencilere aktarmaktır. Hedef kitle analizi, medya izleyicisini araştırma araçları, ve satın alma tekniklerinin yanı sıra halkla ilişkiler/reklam ajansı, müşteri/reklam veren ve medya ilişkisinin temel süreçleri de öğretilecektir.							
Özet İçeriğı		Medya araştırması ve planlamasının süreçlerini bilmek ve hedef kitle analizi yapabilmek							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Örnek Olay							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Öğr. Gör. Burak GÜRSES, Dr. Öğr. Üyesi Seçil UTMA						

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	70

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Medya Planlama, Dr.Bilgen Başal
---	---------------------------------

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Medya Planlama Nedir?
2	Teorik	Medya Planlama Ajanslarının Çalışması ve Yapılanması
3	Teorik	Medya Planlama Ajanslarının Kullandığı Programlar
4	Teorik	Hedef Kitle Tespiti
5	Teorik	Medya Planlamada Mecralara Göre Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar
6	Teorik	Gazete ve Dergilerde Medya Planlaması
7	Teorik	Görüntülü Araçlarda Medya Planlaması
8	Teorik	Görüntülü Araçlarda Medya Planlaması
9	Teorik	Medya Araçlarının Analizi
10	Teorik	Medya Hedeflerinin Oluşturulmasında Önemli Unsurlar
11	Teorik	Medya Karması Stratejileri
12	Teorik	Medya Maliyetleri ve Satın Alma Problemleri
13	Teorik	Bütçenin Belirlenmesi ve Bütçe Kalemlerinin Ayrılması
14	Teorik	Uygulama Analizleri

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yüğü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	14	5	1	84
Ara Sınav	1	6	1	7
Dönem Sonu Sınavı	1	8	1	9
Toplam İş Yüğü (Saat)				100
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				4

*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Medya araştırması ve planlamasının süreçlerini bilmek
2	Hedef kitle analizi yapabilmek
3	Halkla ilişkiler-reklam ajansı, müşteri-reklam veren ilişkisinin temel süreçlerini bilmek
4	Medya planlama kavramını açıklayabilecek



5 Farklı mecraları kıyaslayarak stratejiler geliştirir.

Program Çıktıları (Halkla İlişkiler ve Tanıtım Programı)

1	Genel olarak İletişim, özel olarak Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanına ilişkin formasyona sahip olup, alanın tarihsel gelişim ve değişim süreçlerini öğrenerek kuramsal ve uygulamalı yetkinlik gösterebilme.
2	İletişimin disiplinler arası zenginliğine dayanarak ilgili alanlara ilişkin genel ve güncel sorunları tespit etmek ve çözüm için yöntem belirleyebilme.
3	Disiplinler arası bilgi birikimini İletişim ve Halkla İlişkiler ve Tanıtım alanına taşıyabilme ve bu çerçevede sorunları alanda çözümleyebilme.
4	Alanıyla ilgili etik ve hukuk kurallarını bilme, özümseme ve uygulayabilme.
5	Alanda geçerli bir yabancı dili kullanarak alan bilgisini derinleştirme ve gerekli diğer uluslar arası paydaşlarla iletişim kurabilme.
6	Alanının gerektirdiği düzeyde bilgisayar yazılımı ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilme.
7	Bir örgütsel yapı için Halkla İlişkiler, reklâm ve pazarlama programı kampanyaları ve süreçlerine hâkim olabilir ve hazırlayabilirler.
8	Araştırma yöntemlerine hâkim olarak iletişim alanında haber, reklâm, vb. metinleri çözümleyebilirler ve yaratıcı ve eleştirel metinler üretebilirler.

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi 1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3
PÇ1	3	4	5
PÇ2	5	5	5
PÇ3	4	4	4
PÇ4	2	2	2
PÇ5	1	1	1
PÇ6	1	1	1
PÇ7	5	5	5
PÇ8	5	5	5

