

**FARUK SARAÇ TASARIM MESLEK YÜKSEKOKULU**  
**HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM PROGRAMI DERS ÖĞRETİM PLANLARI**

**DERS BİLGİLERİ**

Ders	Kodu	Yarıyıl	T+U Saat	Kredi	AKTS
Medya Planlama	PR 209	3	2+0	2	3
Dersin Dili	Türkçe				
Dersin Seviyesi	Ön Lisans				
Dersin Türü	Zorunlu				
Dersin Ön Koşulu	Yok				
Dersin Veriliş Şekli	Yüz yüze				
Dersin Koordinatörü	Öğr. Gör. Yusuf KARADERE				
Dersi Verenler					
Dersin Amacı	Medya planlamasını kavramsal olarak açıklamak, medya planlama sürecinde tüketici, reklam veren, ajans ilişkileriyle alakalı temel bilgileri aktarmak, mecraların nasıl kullanılacağı, medya izleyicilerinin ve kampanya hedef kitlelerinin tanımlanmasını, ölçülmesini ve sunulmasını sağlamak, süreçler ve medya planlama modelleri hakkında gerekli bilgi ve becerileri kazandırmak.				

Dersin Öğrenme Kazanımları	1	<i>Medya planı örneklerini değerlendirir.</i>
	2	<i>Medya analizi konusunda bilgi sahibi olur.</i>
	3	<i>Medya planlaması aşamasında hedef kitlenin önemini kavrar.</i>
	4	<i>Reklam mesajının hedef kitleye etkin bir şekilde nasıl ulaştırılacağına analiz eder.</i>
	5	<i>Medya bütçesinin en doğru şekilde nasıl yapılandırılacağını öğrenir.</i>
	6	<i>Değişen ve gelişen reklam ortamlarını nasıl daha verimli kullanabileceğini öğrenir.</i>
	7	<i>Medya planlaması sürecini yönetebilir.</i>

**DERSİN İÇERİĞİ**

Hafta	Teorik	Uygulama
1	Giriş, Medya Planlaması Nedir?	
2	Medya Planlamasında Kullanılan Temel Kavramlar	
3	Medya, Reklam ve Tüketici Arasındaki İlişki	
4	Medya Planlama Faaliyetleri	
5	Medya Planlamasında Kullanılan Kavramlara Giriş	
6	Televizyon İzleme Ölçümlerinde Kullanılan Temel Kavramlar	

7	<b>ARA SINAV</b>	
8	Erişim ve Görme Sıklığı Planlaması	
9	Kitle İletişim Amaçlarının Dünya ve Türkiye'deki Gelişimi	
10	Farklı Medya Araçlarının güçlü ve Zayıf Yönleri	
11	Yeni Medya ve İnternet	
12	Tv-Gazete-Dergi-Radyo-Açık hava Planlaması ve Satın Alma	
13	Medya Planlaması Örnek Çalışması	
14	Medya Planlaması Örnek Çalışması	
<b>KAYNAKLAR</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mehmet ÖZKUNDAKÇI "Üçü Bir Arada"</li> <li>- Yrd. Doç. Dr. Bilgen BAŞAL "Medya Planlaması"</li> <li>- Nesrin Tan AKBULUT, Eda BALKAŞ ERDOĞAN, Televizyon Reklam Filmi Yapımı</li> <li>- Belma Güneri FİRLAR, Reklamda Rekabetin Anahtarı Medya Planlama</li> <li>- Dr. Gıyasettin TAYFUR, Medya Planlama ve Satın Alma</li> </ul>		
<b>DEĞERLENDİRME</b>		
<b>Yarıyıl İçi Çalışmaları</b>	<b>Sayısı</b>	<b>Katkı Yüzdesi</b>
<b>Ara Sınav</b>	1	40
<b>Ödev</b>	0	0
<b>Yıl Sonu Sınavı</b>	1	60
<b>Toplam</b>	<b>2</b>	<b>100</b>
<b>Yıl İçi Çalışmaların Başarıya Oranı</b>	40	
<b>Finalin Başarıya Oranı</b>	60	
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	
<b>Açıklama</b>		