İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP305	Medya Planlaması ve Uygulaması	5	2	0	0	2	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	En etkili pazarlama araçlarından bir tanesi medya planlamadır. Medya araçlarının artmasıyla beraber doğru ve etkin bir planlama yapmak, kampanyaların ne zaman ve nerede yayınlanmasını tespit etmek ve hedef kitleye en etkin bir şekilde ulaşabilmek amacıyla bütçeyi en etkin şekilde yönetmek en temel amaçlar olarak sıralanabilir.
İçerik	1. Hafta Medya Planlama Nedir? 2. Hafta Medya Planlamanın Amacı Nedir? 3. Hafta Medya Planlama Nasıl Bir Süreçtir? 4. Hafta Mecraların SWOT Analizi 5. Hafta Genel Medya Terimleri 6. Hafta Türkiye Medya Ortamı 7. Hafta Mecra Bazında Detaylı Planlama Sürecine Giriş 8. Hafta TV Planlama 9. Hafta Radyo Planlama 10. Hafta Dergi ve Gazete Planlama 11. Hafta Sinema Planlama 12. Hafta Dijital Planlama 13. Hafta Açıkhava Planlama 14. Hafta Örnek Medya Planı Sunumları
Kaynaklar	Geskey R. D. (2011). Media Planning & Buying In the 21st Century. CreateSpace Independent Publishing Platform Katz, H. (2016). The Media Handbook: A Complete Guide to Advertising Media Selection, Planning, Research, and Buying. Routledge. Sissors, J. Z. (2010). Advertising Media Planning. McGraw-Hill Education Young A. (2014). Brand Media Strategy: Integrated Communications Planning in the Digital Era. Palgrave Macmillan.

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	1. Hafta Medya Planlama Nedir?
2	2. Hafta Medya Planlamanın Amacı Nedir?
3	3. Hafta Medya Planlama Nasıl Bir Süreçtir?
4	4. Hafta Mecraların SWOT Analizi
5	5. Hafta Genel Medya Terimleri
6	6. Hafta Türkiye Medya Ortamı
7	7. Hafta Mecra Bazında Detaylı Planlama Sürecine Giriş
8	8. Hafta TV Planlama
9	9. Hafta Radyo Planlama
10	10. Hafta Dergi ve Gazete Planlama
11	11. Hafta Sinema Planlama
12	12. Hafta Dijital Planlama
13	13. Hafta Açıkhava Planlama

Hafta	Konu Başlıkları
14	14. Hafta Örnek Medya Planı Sunumları