

Contenus

| Nom du Cours | | Semestre du Cours | Cours Théoriques | Travaux Dirigés (TD) | Travaux Pratiques (TP) | Crédit du Cours | ECTS |
|--------------|---|-------------------|------------------|----------------------|------------------------|-----------------|------|
| RPP305 | Planification des médias et implémentations | 5 | 2 | 0 | 0 | 2 | 4 |

| | |
|---------------------------------|--|
| Cours Pré-Requis | |
| Conditions d'Admission au Cours | |

| | |
|-------------------|---|
| Langue du Cours | Turc |
| Type de Cours | Obligatoire |
| Niveau du Cours | Licence |
| Objectif du Cours | L'objectif du cours est d'expliquer et de faire une introduction à la planification des médias qui est l'un des plus importants outils de marketing. Avec la multiplication des médias, la planification des médias qui implique une organisation stratégique correcte et juste et une fixation effective du message de la campagne avec une gestion budgétaire optimale, est devenue indispensable. |
| Contenus | <p>1.er cours: Qu'est-ce que c'est la planification des médias?</p> <p>2.em cours: Quel est le but de la planification des médias?</p> <p>3.em cours: Le processus de la planification des médias</p> <p>4.em cours: L'analyse de SWOT des médias</p> <p>5.em cours: Les concepts générales des médias</p> <p>6.em cours: L'environnement des médias en Turquie</p> <p>7.em cours: Une introduction aux processus détaillés des médias</p> <p>8.em cours: La planification de TV</p> <p>9.em cours: La planification de Radio</p> <p>10. em cours: La planification des journaux et des revues</p> <p>11.em cours: La planification des cinémas</p> <p>12. em cours: La planification digitale</p> <p>13. em cours: La planification d'Outdoor</p> <p>14.em cours: La présentation des plans des médias exemplaires</p> |
| Ressources | <p>Geskey R. D. (2011). Media Planning & Buying In the 21st Century. CreateSpace Independent Publishing Platform</p> <p>Katz, H. (2016). The Media Handbook: A Complete Guide to Advertising Media Selection, Planning, Research, and Buying. Routledge.</p> <p>Sissors, J. Z. (2010). Advertising Media Planning. McGraw-Hill Education</p> <p>Young A. (2014). Brand Media Strategy: Integrated Communications Planning in the Digital Era. Palgrave Macmillan.</p> |

Intitulés des Sujets Théoriques

| Semaine | Intitulés des Sujets |
|---------|--|
| 1 | 1.er cours: Qu'est-ce que c'est la planification des médias? |
| 2 | 2.em cours: Quel est le but de la planification des médias? |
| 3 | 3.em cours: Le processus de la planification des médias |
| 4 | 4.em cours: L'analyse de SWOT des médias |
| 5 | 5.em cours: Les concepts générales des médias |
| 6 | 6.em cours: L'environnement des médias en Turquie |

| Semaine | Intitulés des Sujets |
|----------------|---|
| 7 | 7.em cours: Une introduction aux processus détaillés des médias |
| 8 | 8.em cours: La planification de TV |
| 9 | 9.em cours: La planification de Radio |
| 10 | 10. em cours: La planification des journaux et des revues |
| 11 | 11.em cours: La planification des cinémas |
| 12 | 12. em cours: La planification digitale |
| 13 | 13. em cours: La planification d'Outdoor |
| 14 | 14.em cours: La présentation des plans des médias exemplaires |