

İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
RPP305	Medya Planlaması ve Uygulaması	5	2	0	0	2	3

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Grup Zorunlu
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 Süreçdir? 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 Açık hava 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	Medya Planlama Nedir?
2	Medya Planlamanın Amacı Nedir?
3	Medya Planlama Nasıl Bir Süreçtir?
4	Mecraların SWOT Analizi
5	Genel Medya Terimleri
6	Türkiye Medya Ortamı
7	Mecra Bazında Detaylı Planlama Sürecine Giriş
8	TV Planlama
9	Radyo Planlama
10	Dergi ve Gazete Planlama
11	Sinema Planlama
12	Dijital Planlama
13	Açık hava Planlama
14	Örnek Medya Planı Sunumları