

EGZT407 - Media Planning / Media Planning

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Media Planning / Media Planning	
Ders Kodu / Course Code	EGZT407	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor / Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	5.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	4	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	yok	
Amacı / Purpose	Öğrencilere, interaktif medya alanının pazarlaması ve medya planlaması ile ilgili temel bilgilerin verilmesi	Provide students with basic knowledge of marketing and media planning of the interactive media space.
İçeriği / Content	medya alanında medya planlama yapılması, dijital medya planlama stratejilerinin öğrenilmesi	media planning in the field of media, learning digital media planning strategies
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status		
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading		
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Özlem Tuğçe Keleş	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	medya planlama alanında temel kavramlara hakim olurlar	master the basic concepts in media planning
2	dijital mecra tanımlarına ve yaklaşımlarına hakim olurlar	They master digital media definitions and approaches
3	medya planlama stratejilerini uygulayabilirler	apply media planning strategies

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	medya planlamaya giriş				
	introduction to media planning				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	temel kavramlar				
	Basic concepts				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya Planlama öncesi şirket aşamaları				
	Company stages before Media Planning				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya Planlamanın aşamalarının önemi - Rekabet analizi				
	The importance of the stages of Media Planning - Competition analysis				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Hedef Kitlenin belirlenmesi ve aşamaları				
	Determination of the target audience and its stages				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Reklamın zamanlaması				
	Ad timing				
7	Reklam kampanyasının uzunluğu				
	The length of the advertising campaign				
8	Bütçe, satın alma çevrimi, satın alma durumu, rakiplerin ara analizi-reklamlar				
	Budget, purchasing cycle, purchase status, interim analysis of competitors - ads				
9	Zamanlama stratejileri				
	Timing strategies				
10	Online medya- Dijital medya				
	Online media- Digital media				
11	Sosyal medyada medya planlama				
	Media planning in social media				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Müşterinin talepleri ve medya planlama-				
	Customer's demands and media planning-				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tüm dönemin değerlendirilmesi ve markaların dağıtımı				
	Evaluation of the whole period and distribution of brands				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40
Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60
Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:		100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:		

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	3	4.00	12.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	10	1.00	10.00
Final Sınavı / Final Examination	2	2.00	4.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	11	1.00	11.00
Soru-Yanıt / Question-Answer	11	8.00	88.00
Toplam / Total:	37	16.00	125.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 125.00/25.00 = 5.00 ~ 5.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 125.00 / 25.00 = 5.00 ~ 5.00

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes															
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12	1.1.13	1.1.14	1.1.15	1.1.16
1.medya planlama alanında temel kavramlara hakim olurlar / master the basic concepts in media planning	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
2.dijital mecra tanımlarına ve yaklaşımlarına hakim olurlar / They master digital media definitions and approaches	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4
3.medya planlama stratejilerini uygulayabilirler / apply media planning strategies	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high