

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Media Planning / Media Planning	
Ders Kodu / Course Code	ENMD431	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor / Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	6.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	2.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	2.00	
Haftalık Laboratuar 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	English / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses		
Amacı / Purpose	Medya planlaması kavramının ne olduğu, medya planı için gerekli olan adımların ve stratejilerin ne olduğu ele alınarak öğrencilerin bu konuları kendi alanlarıyla ilişkilendirmeleri sağlanacaktır.	The aim of the course is to enable students to relate these issues to their own fields by addressing issues such as the concept of media planning, the steps required for media planning, and strategies in media planning.
İçeriği / Content	Medya tanımı, medya planlamanın pazarlama karması ile ilişkisi, medya planlamaya ilişkin kavramlar, medya mecralarının karşılaştırılması ve medya planı uygulaması	Definition of media, the relationship between media planning and marketing mix, concepts related to media planning, comparison of media channels and media plan implementation
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status		
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	- Kelley, L.D. , Jugenheimer, D.W. ve K.B. Sheehan. (2015). Advertising Media Planning - A Brand Management Approach. Routledge. -Sissors,J.Z. ve Roger, B. Baron. (2013). Advertising Media Planning. - Ders notları	- Kelley, L.D. , Jugenheimer, D.W. ve K.B. Sheehan. (2015). Advertising Media Planning - A Brand Management Approach. Routledge. -Sissors,J.Z. ve Roger, B. Baron. (2013). Advertising Media Planning. - Lecture Notes
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Doç. Dr. Sevda Deneçli	

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Öğrenci, medya planlaması ile ilgili kavramları tanımlayabilir.	The student describes the concepts related to media planning.
2	Öğrenci, teorik bilgiyi uygulamaya uyarlayabilir.	Students adapt theoretical knowledge to practice.
3	Öğrenci, medya planlama terminolojisini tanımlayabilir.	Students define media planning terminology.
4	Öğrenci, medya kanallarının olumlu ve olumsuz yönlerini değerlendirebilir.	Students evaluate the positive and negative aspects of media channels.
5	Öğrenci, medya planlama aşamalarını tanımlayabilir.	Students define media planning stages.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dersin içeriği ve amacı hakkında konuşma				
	Talking about the content and aim of the course				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya ve medya planlama tanımı. Medya, reklam ve tüketici ilişkisi. Medya planlamada hedef kitle.				
	Definition of media and media planning. The relationship between media, advertising and consumer. Target audience in media planning.				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Pazarlama karması ve medya planlama ilişkisi				
	Relationship between marketing mix and media planning				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya planlamada karşılaşılan problemler				
	Problems in media planning				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya planı aşamaları (rekabet analizi, hedef kitle analizi, reklamın bölgeselliği)				
	Media planning stages (competition analysis, target audience analysis, geographic weighting)				

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya planı aşamaları (reklamın zamanlaması, reklam kampanyasının uzunluğu, mecra seçimi, satın alma sonrası değerlendirmeler)				
	Media planning stages (ad timing,, the length of advertising campaign, selection of media vehicles, post purchase evaluations)				
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Erişim ve sıklık				
	Reach and Frequency				
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ara sınav				
	Mid term exam				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya planlamaya ilişkin kavramlar ve hesaplamaları (ATS, GRP, Reach, O.T.S., Adhesion, Affinity index, CPT, CPP, SOS, SOV etc.)				
	Concepts and calculations related to media planning (ATS, GRP, Reach, O.T.S., Adhesion, Affinity index, CPT, CPP, SOS, SOV etc.)				
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dijital ortamda medya planlama ve dijital medya planlama terminolojisi (hedefleme, CPC, CPV, CPA, CPL, CPD, CPX vb.)				
	Media planning in digital environment and digital media planning terminology (targeting, CPC, CPV, CPA, CPL, CPD, CPX etc.)				
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dijital reklam modelleri				
	Digital advertising types (display ads, mobil ads, programmatic, social media ads etc.)				

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya planlamada kullanılan mecraların karşılaştırılması. Bu mecraların olumlu ve olumsuz yönlerinin değerlendirilmesi.				
	Comparison of media in media planning. Evaluating the positive and negative aspects of these channels. Media measurements.				
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya planı örneklerinin incelenmesi ve öğrenci sunumları				
	Examination of media plan examples. Student presentations.				
14	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Öğrenci sunumları				
	Student presentations.				

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	1	25.00	25.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	1	10.00	10.00
Final Sınavı / Final Examination	1	30.00	30.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	1	10.00	10.00
Proje Sunma / Project Presentation	1	25.00	25.00
Bireysel Çalışma / Self Study	5	10.00	50.00
Toplam / Total:	10	110.00	150.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 150.00/25.00 = 6.00 ~ 6.00 / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 150.00 / 25.00 = 6.00 ~ 6.00			

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	1.1.17
1.Öğrenci, medya planlaması ile ilgili kavramları tanımlayabilir. / The student describes the concepts related to media planning.																	
2.Öğrenci, teorik bilgiyi uygulamaya uyarlayabilir. / Students adapt theoretical knowledge to practice.																	
3.Öğrenci, medya planlama terminolojisini tanımlayabilir. / Students define media planning terminology.																	
4.Öğrenci, medya kanallarının olumlu ve olumsuz yönlerini değerlendirebilir. / Students evaluate the positive and negative aspects of media channels.																	
5.Öğrenci, medya planlama aşamalarını tanımlayabilir. / Students define media planning stages.																	

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