DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Medya Planlama	ADV 306	Bahar	03+00+00	Seçmeli	3	6

Akademik Birim:	İletişim Fakültesi
Öğrenim Türü:	Örgün Eğitim
Ön Koşullar	Yok
Öğrenim Dili:	İngilizce
Dersin Düzeyi:	Lisans
Dersin Koordinatörü:	- -
Dersin Amacı:	Bu dersi alan öğrencilerin: • Medya planlama ve satın almanın temel dinamikleri ve kavramları ile tanıştırmaları • Medya okur yazarlığı kazanmaları • Medya planlamada karşılaşacakları ana medya sorunlarına ne şekilde yaklaşabileceklerine dair anlayış kazandırmaları • Medya planlama ve satın alma süreçlerine ve medya planlarının değerlendirmesine dair aşinalık kazanmaları beklenmektedir.
Dersin İçeriği:	Bu derste genel olarak medya planlama ve satın almanın temellerini kapsayacak; medya kavramları, medya araştırma ve analizleriyle entegre planlama süreçlerine yoğunlaşılacaktır.
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	• **1-** Ana medya kavramları ve terminolojisini bilmek • **2-** Medya araştırmalarını okuyabilir ve değerlendirebilmek • **3-** Medya maliyet etkinlik metriklerini hesaplayabilmek • **4-** Entegre, geniş kapsamlı bir medya planı hazırlayabilmek
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Ders 3 temel modülden oluşmaktadır. Bunlar: 1. Markalar ve İnsanlar 2. Marka Oluşturma 3. Marka İletişimi Modüller modül içinde analiz edilecek kavramın gerekliliğini ortaya koyan bir giriş ile başlar. Daha sonra öğrencilerden gözlemlerini sunmaları ve bilgiyi içselleştirmek için kavramla ilgili küçük projeler yapmaları istenir. Projelerin yazılı sunumları% 40 olarak değerlendirilirken, sınıf içi proje sunumları % 40 olarak değerlendirilir. Genel notun geri kalanı,% 20, final projesi olarak değerlendirilir.

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Oryantasyon haftası (Giriş ve ders planı)	
2	Medya Planlama ve Satınalmanın Kısa Tarihi	Okuma ödevi
3	Medya Dili: Ana Kavramlar ve Terminoloji	Okuma ödevi
4	Müşteri Brief'inin Deşifresi: Pazarlama Hedeflerinden Medya Hedeflerine	Okuma ödevi
5	Sunum	Okuma ödevi & modül hakkında sözlü sunum ve proje raporlarının teslim edilmesi.
6	Medya Stratejisi: Girdiler, Çıktılar ve Karar Verme Kriterleri	Okuma ödevi
7	Tv Medya Planlama	Okuma ödevi
8	Digital Medyaya Giriş- Temel Kavramlar ve Ölçümler	Okuma ödevi & uygulama raporu
9	Entegre Medya Planı Oluşturma	Okuma ödevi
10	Entegre Medya Planı odaklı vaka çalışmaları	Okuma ödevi
11	Medya Satınalma: Pazarlık Stratejileri ve Satınalma Süreçleri	Okuma ödevi

12	Kampanya Sonrası Analizler ve Raporlama	Okuma ödevi & modül hakkında sözlü sunum ve proje raporlarının teslim edilmesi.
13	Sunum Haftaso	Sözlü Sunumlar
14	Değerlendirme Haftası	

Kadir Has Üniversitesi'nde bir dönem 14 haftadır, 15. ve 16. hafta sınav haftalarıdır.

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Gerekli / önerilen tüm okumalar dijital / rezerv ders okumalari paketi şeklinde sağlanacaktır (KHASLearn ve / veya KHAS Bilgi Merkezi'nde mevcuttur)

DİĞER KAYNAKLAR

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	Sayı	Katkı Payı (%)
Katılım	12	-
Proje	3	40
Derse Özgü Staj	3	40
Proje Raporları	1	20
Total:	**19**	**100**

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	Sayısı	Süresi (saat)	Toplam İş Yükü (saat)
Ders Saati	14	3	42
Proje	3	20	60
Sunum/Jüriye Hazırlık	3	6	18
Proje Raporlarının Sunumu	1	30	30
Toplam İş Yükü (saat):			**150**

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) ve ÖĞRENME ÇIKTILARI (ÖÇ) İLİŞKİSİ

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6	PY7	PY8	PY9	PY10	PY11	PY12	PY13
OC1													
OC2													
OC3													
OC4													

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek