|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Dersin Adı** | **Medya İşletmecliği** | |  |
| **Dersin AKTS'si** | 3 | |
| **Dersin Yürütücüsü** |  | |
| **Dersin Gün ve Saati** | **(Yüz Yüze Eğitim)** | |
| **Ders Görüşme Gün ve** |  | |
| **Saatleri** |
| **İletişim Bilgileri** |  | |
| **Öğretim Yöntemi ve Ders** | Öğrenciler ile haftalık konu üzerinde anlamlı tartışma yapılacaktır. | |
| **Hazırlık** |
| **Dersin Amacı** | Medya endüstrilerinin ekonomilerin içindeki yeni ve güçlü konumunun, bu | |
| araştırmaların gelişmesi için temel oluşturduğu ve bu ilginin özellikle | |
| ekonomisine genel bir bakış açısı sunmayı amaçlamaktadır. | |
| **Dersin Öğrenme Çıktıları** | **1)** | Medyanın tarihsel gelişiminde Türk medya endüstrisinin |
|  | evrelerini ele alır |
| **2)** | Medya endüstrisinin tarihsel olarak yapılandırılmasını ifade eder |
| **3)** | Sürekli gelişen medya endüstrisi içerisinde değişen dinamikleri |
|  | yorumlar |
| **4)** | Küreselleşme sürecinde medya endüstrisinin yapılanmasını |
|  | aktarır |
| **Haftalık Ders Konuları** | **1)** | **Hafta** Dersin Tanımı, Ders İçeriği Hakkında Tartışma |
| **2)** | **Hafta** Medya Ekonomisine Giriş |
| **3)** | **Hafta** Basın İşletmelerinin Örgütlenme Yapısı |
| **4)** | **Hafta** Makroiktisat ve Medya Endüstrisi |
| **5)** | **Hafta** Medya ve Ekonomi Politik Yaklaşım |
| **6)** | **Hafta** Medya ve Tekelleşme. |
| **7)** | **Hafta** Yazılı Basın İşletmeleri |
| **8)** | **Hafta** Görsel ve İşitsel Basın İşletmeleri. |
| **9)** | **Hafta** Türkiye'de Medya Sahipliği |
| **10) Hafta** A.B Üyesi Ülkelerdeki Medya Sahipliği Örnekleri | |
| **11) Hafta** Reklam Endüstrisinin Medya Ekonomisindeki Rolü | |
| **12) Hafta** Basın işletmeciliği: Gelişimi ve Bugünkü Durumu | |
| **13) Hafta** TV’lerin Reklam Bütçeleri | |
| **14) Hafta** Bütçe Değerlendirmesi | |
| **Ölçme-Değerlendirme** | **Ara Sınav %40 Final Sınavı %60 şeklinde olacaktır** | |
|  | | | |
| **Kaynaklar** | 1. | The Media Monopoly. Boston: Beacon Press. Nebiler, H. (1995), |  |
| 2. Albarran, A. B. (2010). The Media Economy. New York: | |
|  | Routledge. Handbook of Media Management and Economics Alan |
|  | Albarran, Bozena Mierzejewska, Jaemin Jung Routledge |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  | **PROGRAM ÖĞRENME ÇIKTILARI İLE** | | | | | | | | |  |  |  |  |  |
|  |  |  | **DERS ÖĞRENİM KAZANIMLARI İLİŞKİSİ TABLOSU** | | | | | | | | | |  |  |  |  |  |
|  | **PÇ1** | **PÇ2** | **PÇ3** | **PÇ4** | **PÇ5** | **PÇ6** | | **PÇ7** | **PÇ8** | **PÇ9** | | **PÇ10** | **PÇ11** | **PÇ12** | | **PÇ13** | **PÇ14** | **PÇ15** |
| **ÖK1** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | 5 | 5 | 5 | | 5 | 4 | 4 | | 5 | 5 | 5 |
| **ÖK2** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | 5 | 5 | 5 | | 5 | 4 | 4 | | 5 | 5 | 5 |
| **ÖK3** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | 5 | 5 | 5 | | 5 | 4 | 4 | | 5 | 5 | 5 |
| **ÖK4** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | 5 | 5 | 5 | | 5 | 4 | 4 | | 5 | 5 | 5 |
| **ÖK: Öğrenme Kazanımları PÇ: Program Çıktıları** | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Katkı** | **1 Çok Düşük** | | | **2 Düşük** | | | **3 Orta** | | | | **4 Yüksek** | | | | **5 Çok Yüksek** | | | |
| **Düzeyi** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Der s** | **PÇ1** | **PÇ2** | **PÇ3** | **PÇ4** | **PÇ5** | **PÇ6** | **PÇ7** | **PÇ8** | **PÇ9** | **PÇ10** | **PÇ11** | **PÇ1 2** | **PÇ13** | **PÇ14** | **PÇ15** |
| **Medya**  **İşletmeciliği** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |