İçerik

Ders Kodu	Dersin Adı	Yarıyıl	Teori	Uygulama	Lab	Kredisi	AKTS
JOU305	Medya Ekonomisi	5	3	0	0	3	4

Ön Koşul	
Derse Kabul Koşulları	

Dersin Dili	Türkçe
Türü	Seçmeli
Dersin Düzeyi	Lisans
Dersin Amacı	Bu derste öğrencinin medya ekonomisinin teorik arka planını, medya ekonomisine ilişkin kavramları, farklı sektörlerden oluşan medyanın maliyet ve pazar yapılarını öğrenmesi, Türkiye'de medyanın ekonomi politiğine ilişkin eleştirel bir bakış açısı kazanması hedeflenmiştir.
İçerik	Medya Ekonomisine Giriş, Medyanın Kendine Özgü Nitelikleri Medya Ekonomisi Teorileri ve Medya Ekonomisine Özgü Kavramlar Medya Ekonomisini İçeriden ve Dışarıdan Etkileyen Faktörler Medya Piyasalarının Yapısı ve Özellikleri Medya Piyasalarında Yoğunlaşma Dünyada Medya Piyasaları Basın Ekonomisi Ara Sınav Radyo ve Televizyon Ekonomisi Yeni Medya Ekonomisi Türkiye’de Medya Ekonomisinin Analizi : Pazar Yapıları, Şirketler ve Gelir Dağılımları Türkiye’de Medya Ekonomisinin Analizi : Düzenleyici Kurumlar ve Kamu Yayıncılığı Yapısı Türkiye’de Medya Ekonomisinin Analizi : Örnekler Üzerinden Değerlendirme Alternatif Medyaların Sürdürülebilirliği ve İş Modelleri

Kaynaklar	Alev Söylemez, Medya Ekonomisi ve Türkiye Örneği, Ankara, Haberal Eğitim Vakfı, 1998 Gülseren Adaklı, Türkiye'de Medya Endüstrisi / Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2006 Semra Atılgan, Basın İşletmeciliği, İstanbul Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş, 1999 Ben Bagdikian, Boston, The New Media Monopoly, Beacon Press, 2004 Richard J. Barnet - John Cavanagh, Küresel Düşler İmparator Şirketler ve Yeni Dünya Düzeni, çev.Gülden Şen, İstanbul, Sabah Kitapları T. Uğur Dai, Basın İşletmelerinin Finansal Yapısı, İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş, 2008 Selçuk Demirbulak, 21. Yüzyıl Eşiğinde Türkiyemizde Medya Ekonomisi, 1995 Nadine Toussaint Desmoulins, Economie des média, Medya Ekonomisi, İstanbul İletişim Yayınları, 1993 Gillian Doyle, Media Ownership: The Economics and Politics of Convergence and Concentration in the UK and Europeen Media, London, Sage Publication, 2002 GERAY, Haluk, İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları, Ankara, Ütopya, 2003 Yasemin İnceoğlu, Uluslararası Medya, İstanbul, Der Yayınları, 2004 Beybin Kejanlıoğlu, Türkiye'de Medyanın Dönüşümü, Ankara, İmge Kitabevi, 2004 Armand Mattelard, İletişimin Dünyasallaşması, İstanbul, İletişim Yayınları, 2001 Robert G. Picard, Media Economics Concepts and Issues, New York, Sage Publications, 1989 RAMONET, Ignacio, La Tyrannie de la communication, Paris, Gallimard, 2001 Levent Yaylagül, Kitle İletişiminin Ekonomi Politiği, Ankara, Dalbaz Yayıncılık, 2006 Aydın Çam, İlke Şanlıer Yüksel, "Türkiye'de Medyanın 2002 Sonrası Dönüşümü: Ekonomi Politik Bir Yaklaşım, Neoliberal Muhafazakar Medya içinde, ed. U.Uraz Aydın, Ayrıntı, 2015-10-14 Ceren Sözeri, "Türkiye'de Medya-İktidar İlişkileri Sorunlar ve Öneriler", Istanbul Enstitüsü, 2015, http://platform24.org/Content/Uploads/Editor/T%C3%BCrkiye%E2%80%99de%20Medya-%C4%B0ktidar%20%C4%B0li%C5%9Fkileri-BASKI.pdf

Teori Konu Başlıkları

Hafta	Konu Başlıkları
1	Medya Ekonomisine Giriş, Medyanın Kendine Özgü Nitelikleri
2	Medya Ekonomisi Teorileri ve Medya Ekonomisine Özgü Kavramlar
3	Medya Ekonomisini İçeriden ve Dışarıdan Etkileyen Faktörler
4	Medya Piyasalarının Yapısı ve Özellikleri
5	Medya Piyasalarında Yoğunlaşma
6	Dünyada Medya Piyasaları
7	Basın Ekonomisi
8	Ara Sınav
9	Radyo ve Televizyon Ekonomisi
10	Yeni Medya Ekonomisi
11	Türkiye'de Medya Ekonomisinin Analizi : Pazar Yapıları, Şirketler ve Gelir Dağılımları
12	Türkiye'de Medya Ekonomisinin Analizi : Düzenleyici Kurumlar ve Kamu Yayıncılığı Yapısı
13	Sunumlar

Hafta	Konu Başlıkları
14	Sunumlar