

## Content

Course Code	Course Name	Semester	Theory	Practice	Lab	Credit	ECTS
JOU305	Media Economics	5	3	0	0	3	4

Prerequisites

Admission Requirements

Language of Instruction Turkish

Course Type Elective

Course Level Bachelor Degree

Objective The aim of the course is to describe the main concepts of media economics including all subsectors and to gain a critical perspective on the theoretical background of media in Turkey

Content The details of the course can be found in topics  
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

Senra Atılğan, 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 Yayın Dağıtım A.Ş., 2008

Selçuk Demirebulak, 21. Yüzyıl Eşiğinde Türkiyemizde Medya Ekonomisi, 1995

Nadine Toussaint Desmoulin, Economie des médias, Medya Ekonomisi, İstanbul İletişim Yayınları, 1993

Gillian Doyle, Media Ownership: The Economics and Politics of Convergence and Concentration in the UK and European Media, London, Sage Publication, 2002

## References

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 Politikası, 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”, İstanbul Enstitüsü, 2015, <http://platform24.org/Content/Uploads/Editor/T%C3%BCrkiye%E2%80%99de%20Medya-%C4%B0ktidar%20%C4%B0l%C5%9Fkileri-BASKI.pdf>

## Theory Topics

### Week

### Weekly Contents

- 1 Introduction to the media economics
- 2 The theories of media economics and the concepts
- 3 The factors affecting the media economics from inside and outside

<b>Week</b>	<b>Weekly Contents</b>
4	The Structures of Media Markets
5	Media Markets Concentration
6	Media Markets in the World
7	Press Economy
8	Mid-Term
9	Radio and Television Economy
10	New Media Economy
11	Analysis of Media Economy in Turkey: Market Structures, Companies and Income Distributions
12	Analysis of Media Economy in Turkey: Regulatory Bodies and Public Service Broadcasting
13	Analysis of Media Economy in Turkey: Examples
14	Sustainability of Alternative Media and the business models