

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	Zorunlu						
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 politigine 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						

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 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 média, 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

Kaynaklar

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>

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
- 14 Sunumlar