

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 politikasına 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	<p>Alev Söylemez, Medya Ekonomisi ve Türkiye Örneği, Ankara, Haberal Eğitim Vakfı, 1998</p> <p>Gülseren Adaklı, Türkiye’de Medya Endüstrisi / Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri, Ankara, Ütopya Yayınevi, 2006</p> <p>Semra Atılğan, Basın İşletmeciliği, İstanbul Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş, 1999</p> <p>Ben Bagdikian, Boston, The New Media Monopoly, Beacon Press, 2004</p> <p>Richard J. Barnet - John Cavanagh, Küresel Düşler İmparator Şirketler ve Yeni Dünya Düzeni, çev.Gülden Şen, İstanbul, Sabah Kitapları</p> <p>T. Uğur Dai, Basın İşletmelerinin Finansal Yapısı, İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş, 2008</p> <p>Selçuk Demirebulak, 21. Yüzyıl Eşiğinde Türkiyemizde Medya Ekonomisi, 1995</p> <p>Nadine Toussaint Desmoulins, Economie des média, Medya Ekonomisi, İstanbul İletişim Yayınları, 1993</p> <p>Gillian Doyle, Media Ownership: The Economics and Politics of Convergence and Concentration in the UK and European Media, London, Sage Publication, 2002</p> <p>GERAY, Haluk, İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları, Ankara, Ütopya, 2003</p> <p>Yasemin İnceoğlu, Uluslararası Medya, İstanbul, Der Yayınları, 2004</p> <p>Beybin Kejanlıoğlu, Türkiye’de Medyanın Dönüşümü, Ankara, İmge Kitabevi, 2004</p> <p>Armand Mattelard, İletişimin Dünyasallaşması, İstanbul, İletişim Yayınları, 2001</p> <p>Robert G. Picard, Media Economics Concepts and Issues, New York, Sage Publications, 1989</p> <p>RAMONET, Ignacio, La Tyrannie de la communication, Paris, Gallimard, 2001</p> <p>Levent Yaylagül, Kitle İletişiminin Ekonomi Politikası, Ankara, Dalbaz Yayıncılık, 2006</p> <p>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</p> <p>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%B0li%C5%9Fkileri-BASKI.pdf</p>
-----------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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

Hafta	Konu Başlıkları
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