

## EHIR314 - Media Economics and Management / Media Economics and Management

## GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	Media Economics and Management / Media Economics and Management	
Ders Kodu / Course Code	EHIR314	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor / Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	5.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	3	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses		
Amacı / Purpose	Medyanın toplum üzerindeki etkisi ile birlikte bir ekonomik değer olarak yapısının incelenmesi	Examining the structure of media as an economic value together with its impact on society
İçeriği / Content	Medya ekonomisinin kavramsal çerçevede ele alınışı, medya kuruluşlarının ekonomik yapıya katkısı ve kendi içerisinde oluşturdukları ekonomik değer, geleneksel ve dijital medya ortamları ve ekonomik işleyişleri	The conceptual approach of the media economy, the contribution of media organizations to the economic structure and the economic value they create, traditional and digital media environments and their economic functioning.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations		
Staj Durumu / Internship Status		
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Medya Ekonomisi ve İşletmeciliği- Ed. Erdal Dağtaş	Media Economy and Management- Ed. Erdal Dağtaş
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Dr. Öğretim Üyesi Yelda Şenkal	

## ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Medya Ekonomisinin temel kavramlarını öğrenir.	Learns the basic concepts of Media Economy.
2	Geleneksel ve yeni medya ortamlarını tanımlayarak, bu ortamların yarattığı ekonomik yapıyı kavrar.	Describes the traditional and new media environments and understands the economic structure created by these environments
3	Medya sektörünün, dünyada ve Türkiye'de işleyişi hakkında bilgi sahibi olur.	The media sector in the world and in Turkey will have information about the operation.

## HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya Ekonomisi ve Yönetimi Giriş				
	Media Economics and Management Introduction				
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medyanın tanımı, Dünyada ve Türkiye'de medyanın önemi				
	The media definition, the importance of the media in the world and Turkey				
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya ekonomisinin tanımlanması, medya ekonomisi üzerindeki etkenler				
	Definition of media economy, factors on media economy				
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya ekonomisinde temel kavramlar- Medya Ekonomisi ve genel ekonomi ilişkisi				
	Basic Concepts in Media Economy - Media Economy and General Economy Relationship				
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medyada Küreselleşme, medya emperyalizmi				
	Globalization in the Media, media imperialism				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
6	Medya ekonomisinde piyasa türleri (Oligapol ve Tekel)				
	Market types in the media economy (Oligapol and Monopoly)				
7	Tekelleşme türleri				
	Monopolization types				
8	Vize sınavı				
	Midterm Exam				
9	Sinema sektörünün ekonomisi ve işletmeciliği				
	Economy and management of the cinema industry				
10	Medya ekonomisi ve reklam(reklam veren, reklam ajansları)				
	Media economy and advertising (advertisers, advertising agencies)				
11	Medya ekonomisi ve reklam ilişkisinde medya planlama				
	Media planning in media economy and advertising relationship				

	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
12	Radyo ve Televizyon sektörünün medya Ekonomisi				
	Media Economy of Radio and Television Industry				
13	Yazılı Basın İşletmelerinde Medya Ekonomisi				
	Media Economics in Print Media Companies				
14	Medya ekonomisi ve Yeni medya ilişkisi				
	Media economy and new media relationship				

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40

  

Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60

  

Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:	100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:	

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	10.00	10.00
Bireysel Çalışma / Self Study	8	8.00	64.00
Derse Katılım / Attending Lectures	13	3.00	39.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Toplam / Total:	23	22.00	114.00

Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 114.00/25.00 = 4.56 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 114.00 / 25.00 = 4.56 ~

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes														
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12	1.1.13	1.1.14	1.1.15
1. Medya Ekonomisinin temel kavramlarını öğrenir. / Learns the basic concepts of Media Economy.	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2. Geleneksel ve yeni medya ortamlarını tanımlayarak, bu ortamların yarattığı ekonomik yapıyı kavrar. / Describes the traditional and new media environments and understands the economic structure created by these environments	3	4	2	1	3	2	1	3	1	1	2	1	2	1	1
3. Medya sektörünün, dünyada ve Türkiye'de işleyişi hakkında bilgi sahibi olur. / The media sector in the world and in Turkey will have information about the operation.	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high