

## EGZT314 - 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   | EGZT314   |  |
| 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 | 1.1.16 |
| 1. Medya Ekonomisinin temel kavramlarını öğrenir. / Learns the basic concepts of Media Economy.   | 1                                    | 1     | 1     | 4     | 1     | 1     | 1     | 1     | 3     | 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                                    | 3     | 2     | 5     | 3     | 1     | 2     | 3     | 3     | 3      | 1      | 3      | 1      | 1      | 2      | 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.  | 3                                    | 1     | 1     | 5     | 4     | 1     | 3     | 4     | 3     | 2      | 1      | 3      | 1      | 1      | 3      | 1      |

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