



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Medya İşletmeciliği							
Ders Kodu		İLT110		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	4	İş Yüğü	100 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Medya İşletmeciliği dersinin amacı ülkemizde hızla artan yazılı, görsel ve işitsel basın işletmeleri için vizyon sahibi, çağdaş işletmecilik bilgisine sahip, ekonomi, işletmecilik ve gazetecilik bilgilerini birarada bulundurabilen insan kaynağını yetiştirmek ve yeterli paylaşımlarda bulunabilmektir.							
Özet İçeriği		Medya sektörünün gücü ve öneminin yanısıra sektörü meydana getiren işletmelerin yönetimi, ekonomisi, finansmanı, risk yönetimi, ürünlerinin satış, pazarlama ve dağıtım ile insan kaynağına yaptığı yatırımlar da son derece önemlidir. Ulusal ve uluslararası medyanın çağdaş yapısının gereksinimlerine göre oluşturduğu programıyla ekonomi, işletme ve finansman konularında donanımlı, yazılı, görsel-işitsel medya, internet medyası ve yayıncılık sektörü başta olmak üzere, ulusal ve uluslararası düzeylerde etkin rol ve görev üstlenecek uzmanlar ve araştırmacılar ile medya sektöründe istihdam edilmek üzere vizyon sahibi, çağdaş bireyler yetiştirmeyi hedeflemektedir.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Tartışma, Örnek Olay							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Dr. Öğr. Üyesi Hicabi ARSLAN						

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	70

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	SEMRA ATILGAN, BASIN İŞLETMECİLİĞİ, Vedat Kitapçılık, 1999
2	Derleyen CAN BİLGİLİ, NESRİN TAN AKBULUT, KÜRESELLEŞTİRME MAKİNESİ MEDYA, Reklam Yaratıcıları Derneği Yayınları, 2008
3	TOLGA KARA, SOSYAL MEDYA ENDÜSTRİSİ, Beta yayınları, 2013

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	DERS HAKKINDA BİLGİLENDİRME ve Medya İşletmeciliği Genel Tanımı
2	Teorik	Medyada sahiplik kavramı ve ilgili düzenlemeler
3	Teorik	Temel üretim öğeleri
4	Teorik	Basında organizasyon teorileri
5	Teorik	Medya organizasyon yapısı 1
6	Teorik	Medya organizasyon yapısı 2
7	Teorik	Medya ekonomi ilişkisi
8	Ara Sınav (Vize)	Vize
9	Teorik	Basın işletmelerinde yönetim fonksiyonu 1
10	Teorik	Basın işletmelerinde yönetim fonksiyonu 2
11	Teorik	Basın işletmelerinde finans
12	Teorik	Basın işletmelerinde pazarlama
13	Teorik	Basın işletmelerinde insan kaynakları
14	Teorik	Basın işletmelerinde tekelleşme sorunları
15	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yüğü Hesabı (Ortalama Saat)

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yüğü
Kuramsal Ders	15	3	2	75
Ara Sınav	1	5	1	6



Dönem Sonu Sınavı	1	18	1	19
Toplam İş Yüğü (Saat)				100
Yuvarla [Toplam İş Yüğü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				4
*25 saatlik iş yüğü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.				

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Basın işletmelerinin finansal yapısını analiz edilmesi
2	Basın işletmelerinde maliyet türleri ve oluşumu yöntemlerinin öğretilmesi
3	İnsan kaynaklarının planlanması ve iş veriminin artırılması
4	Ekonomi gazeteciliğinin gelişimi ve piyasaların izlenme tekniklerinin analiz edilmesi
5	5- Basın işletmelerinin organizasyon yapıları, örgütlenme biçimleri ve işletme fonksiyonlarının incelenmesi
6	Basın işletmelerinin finansman yönetimi ve politikası incelenmesi
7	Medya ekonomisi ve yönetiminin yapısal özelliklerini kavrama
8	Basın sektöründe bilimsel araştırmayı yapabilme becerisinin kazandırılması
9	Bir basın işletmenin belli bir alanında uzmanlaşabilmek
10	Basın sektörünün rekabet yapısının analiz edilmesi

Program Çıktıları (Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı)

1	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanlarına yönelik hukuki düzenlemelerin, yasa ve mevzuatın bilincinde olup, buna uygun davranabilmek
2	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanı ile ilgili verilerin toplanması, yorumlanması, duyurulması ve uygulanması aşamalarında toplumsal, bilimsel ve mesleki etik değerlere uygun davranabilmek
3	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanında içerik üretme, yayma ve sürdürme için gerekli verileri bilimsel yöntemlerle toplayabilmek, irdelleyebilmek ve kullanabilmek.
4	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanında yaratıcı ve eleştirel düşünerek özgün ve yaratıcı stratejiler geliştirebilmek
5	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarındaki paydaşların iletişim özelliklerini, ihtiyaçlarını farklılıklarını dikkate alarak uygun iletişim strateji yöntem ve tekniklerini geliştirip, uygulayabilmek.
6	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanındaki güncel gelişmeleri yakından takip edebilmek, alanın temel dinamiklerindeki süreklilikleri ve değişiklikleri tespit etmek.
7	Halkla ilişkiler, reklamcılık, marka iletişimi, pazarlama iletişimi, ikna edici iletişim, iletişim yönetimi, kurumsal iletişim alanlarıyla ilgili yeni yöntem ve teknolojileri takip edip, kullanabilmek
8	Kurum kimliği, kurum imajı, kurumsal itibar, sponsorluk, kurumsal iletişim, sağlık iletişimi, medya ile ilişkiler, yeni medya teknolojilerinin kullanımı, sosyal sorumluluk iletişimi, etkinlik yönetimi gibi halkla ilişkiler disiplinin ve reklam disiplininin önemli çalışma alanları ile ilişkili teorik bilgileri edinebilme ve uygulamaya aktarabilmek
9	Topluluk önünde sunum yapabilme, düşüncelerini net bir şekilde ifade edebilme, takım çalışmasında yer alabilme, karşılaşılan sorunların çözümüne katkı sunabilme gibi çeşitli iletişim becerilerini elde edebilmek
10	Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanının gerektirdiği düzeyde bilgisayar programları ile birlikte bilişim ve iletişim teknolojilerini kullanabilmek.
11	Halkla ilişkiler ve Reklamcılık alanını destekleyen diğer disiplinlere ilişkin temel bilgilere sahip olmak ve bu disiplinlerden yararlanabilmek
12	Bölgesel, ulusal, ve küresel konular/sorunlar hakkında bilgi sahibi olmak, bunlarla ilgili kanıtlara ve araştırmalara dayalı çözüm önerileri geliştirebilmek ve bunları kamuya anlatabilme becerisine sahip olmak
13	Halkla ilişkiler ve reklamcılık disiplininin edinen bilgilere iletişim bilimi, davranış bilimi, siyaset bilimi, hukuk, ekonomi, pazarlama iletişimi, siyasal iletişim, sağlık iletişimi, kişilerarası iletişim, araştırma gibi diğer alanlardan edindiği bilgileri uygulayabilmek.

Program ve Öğrenme Çıktıları İlişkisi 1:Çok Düşük, 2:Düşük, 3:Orta, 4:Yüksek, 5:Çok Yüksek

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4	ÖÇ5	ÖÇ6	ÖÇ7	ÖÇ8	ÖÇ9	ÖÇ10
PÇ1	5	3	4	4	1	4	4	2	3	2
PÇ2	3	2	2	2	2	1	1	3	3	2
PÇ3	3	4	1	1	4	4	4	3	3	2
PÇ4	2	1	4	2	3	2	2	3	3	2
PÇ5	5	2	2	4	5	1	4	3	3	2
PÇ6	3	5	4	3	4	4	2	3	3	2
PÇ7	1	2	4	5	2	2	4	3	3	2
PÇ8	4	4	2	2	4	1	3	5	3	2
PÇ9	5	5	5	1	5	3	4	2	3	2
PÇ10	2	5	2	3	2	3	1	2	3	2



PÇ11	3	5	4	5	5	3	4	3	3	2
PÇ12	2	5	2	1	1	5	4	2	3	2
PÇ13	1	1	5	3	3	1	2	2	3	2

