



AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı		Medya Ekonomisi							
Ders Kodu		İLT113		Ders Düzeyi		Lisans			
AKTS Kredi	4	İş Yüğü	102 (Saat)	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı		Temel ekonomik kavramları sunmak. Hane halkları, firmalar ve endüstrilerin birbirleriyle olan ilişkilerini incelemek ve medya ürünlerini ele arak medya piyasasını analiz etmek.							
Özet İçeriğı		Tüketici davranışı teorisi, firma teorisi, piyasalar ve çalışma şekilleri, piyasalar ve refah, kamu sektörü ve ekonomi, firma davranışları, endüstriyel organizasyon, faktör piyasaları, fiyatın belirlenmesi, piyasa yapıları, yazılı-görsel basının Türk medya ekonomisindeki yeri, Türk medya ekonomisinde yer alan medya grupları.							
Staj Durum		Yok							
Öğretim Yöntemleri		Anlatım (Takrir), Bireysel Çalışma							
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)			Öğr. Gör. Nermin YALÇIN, Dr. Öğr. Üyesi Güliz Müge AKPINAR						

Ölçme ve Değerlendirme Araçları

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

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar

1	Dinler, Z.(2012). İktisata Giriş, 18. Basım, Ekin Kitapevi Yayınları.
2	KUYUCU, M.82012), Türkiye’de medya Ekonomisi, 1. Basım, Esen Kitap.

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Mikroiktisadi kavramlar (iktisat, istekler, ihtiyaçlar, mal ve hizmetler, kıtlık, tercih, fırsat maliyeti, talep, arz ve ekonomik sistemler), iktisadi karar verici birimler
2	Teorik	Talep ve arzın belirleyicileri, talep ve arz eğrilerinin elde edilmesi, talep ve arzadaki değişmeler
3	Teorik	Piyasa dengesi ve dengenin değişmesi, hükümet müdahaleleri (tavan ve taban fiyat uygulamaları)
4	Teorik	Talep ve arz esneklikleri ; esnekliğin belirleyicileri
5	Teorik	Tüketici tercihleri ve seçimleri ; faydanın ölçülmesi
6	Teorik	Bütçe kısıtı, fayda maksimizasyonu (tüketici dengesi) ve dengesdeki değişmeler
7	Teorik	Kısa ve uzun dönemde üretim süreci ve her iki dönemde karı maksimize eden firma davranışı
8	Teorik	Kısa dönem maliyetler ve uzun dönem maliyetler ve üretim kararları; ölçek ekonomileri
9	Ara Sınav (Vize)	Vize
10	Teorik	Medya Ekonomisine Giriş
11	Teorik	Medyada Sahiplik Sorunu ve Tekelleşme Eğilimleri



12	Teorik	Reklam Endüstrisi ve Medya, Basın İşletmeciliği
13	Teorik	Radyo-Televizyon Sektörünün Ekonomisi ve İşletmeciliği
14	Teorik	Medya İşletmelerinde Çalışanların Yaşamı
15	Teorik	Yeni Medya ve Yaratıcı Endüstri
16	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final

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

Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	14	2	2	56
Bireysel Çalışma	7	1	3	28
Ara Sınav	1	8	1	9
Dönem Sonu Sınavı	1	8	1	9
Toplam İş Yükü (Saat)				102
Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = AKTS Kredisi				4

*25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.

Dersin Öğrenme Çıktıları

1	Temel ekonomik kavramları öğrenebilme
2	Rasyonel karar verebilmeyi ve tercih yapabilmeyi öğrenebilme
3	Medya ekonomisi tanımlama ve analiz edebilme
4	Medya ürünlerinin ve işletmelerinin rolünü anlayabilme
5	-

Program Çıktıları (Radyo Televizyon ve Sinema Programı)

1	İletişim Bilimleri alanında genel bilgi birikimine sahip olmak, sözlü ve yazılı iletişim becerilerini geliştirebilmek, iletişim teorilerini tartışabilmek.
2	Sosyal bilimlerin farklı alanlarında bilgi edinerek medya alanıyla ilişkilendirebilmek, alanıyla ilgili araştırma yöntemleri bilgisine sahip olmak.
3	İletişim ve medyanın tarihsel gelişim sürecini değerlendirebilmek ve yeni iletişim teknolojilerini anlamlandırabilmek.
4	Kitle iletişim araçlarının işlevlerini kültürel, sosyal, ekonomik ve siyasi olarak sorgulamak.
5	Estetik görme yeteneği kazanmak, görsel medya üretimlerini bu açıdan değerlendirebilmek ve estetik değeri yüksek görsel projeler üretebilme becerisi kazanmak.
6	Radyo, Televizyon ve Sinema dalında çalışabilecek genel bilgi birikimi edinebilmek, bu alanda kullanılan profesyonel terminolojiyi kullanabilmek.
7	Radyo, Televizyon ve Sinema alanındaki üretilere ilişkin proje geliştirmek ve uygulama becerisi kazanmak.
8	Kitle iletişim araçları aracılığıyla duygu ve düşüncelerini anlatabilmek için yaratıcı yazım becerileri geliştirmek.
9	Medya üretimlerini eleştirel düşünce sistemiyle değerlendirmek ve çözümlemek.
10	Bilgisayar ve iletişim teknolojileri alanıyla ilişkili olarak kullanılabilecek teknik bilgi ve beceriye sahip olmak.
11	Yabancı bir dili kullanarak alanındaki literatürü takip edebilmek ve meslektaşları ile iletişim kurabilmek.
12	Alana ilişkin hukuksal mevzuata hakim olmak ve mevzuatın gerektirdiği biçimde davranma yetkisi kazanmak.
13	Mesleğin gereği olarak bir ekip çalışması içerisinde yer alma becerisini kazanmak.
14	Yaşam boyu öğrenme bilinci kazanarak alanındaki gelişmeleri ve yenilikleri takip etmek.
15	Medya endüstrisinin ekonomik yapısını ve işleyişini kavrayabilmek ve radyo, televizyon, sinema alanlarında gerçekleştirilen ürünlerin ekonomik işlevliğini sağlayabilme becerisi kazanmak.

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

	ÖÇ1	ÖÇ2	ÖÇ3	ÖÇ4
PÇ3			1	
PÇ4	2			
PÇ6				2
PÇ9		1		3



PÇ15	5		5	4
------	---	--	---	---

