AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Adı	Türkiye'deki Medya Politikaları								
Ders Kodu	HİRY523		Ders Düzeyi		Yüksek Lisans				
AKTS Kredi	5	İş Yükü	125 *(Saat)*	Teori	3	Uygulama	0	Laboratuvar	0
Dersin Amacı	Bu derste medyanın hem endüstri, hem de ürün/içerik olarak nasıl "düzenlendiği" sorusu, ekonomi politik bir yaklaşımla ele alınacaktır. Ders boyunca çağdaş kapitalist toplumlarda medya politikalarının gelişimi, dünyadan örneklerle sunulacaktır.								
Özet İçeriği	Dönem sonunda ögrencilerin medyada politika yapım süreçlerinin genel isleyisi konusunda elestirel bir bakıs açısı kazanmaları ve tarihsel örnekler yoluyla da belirli bir bilgi dagarcıgına sahip olmaları hedeflenmektedir.								
Staj Durum	Yok								
Öğretim Yöntemleri	Anlatım (Takrir), Tartışma								
Dersi Veren Öğretim Elemanı(ları)									

Ölçme ve Değerlendirme Araçları		
Araç	Adet	Oran (%)
Ara Sınav (Vize)	1	40
Dönem Sonu Sınavı (Final)	1	60

Ders Kitabı / Önerilen Kaynaklar	
1	Adaklı, Gülseren (2006) Türkiye'de medya endüstrisi: Neoliberalizm çağında mülkiyet ve kontrol ilişkileri, Ankara: Ütopya.
2	Arın, Tülay (1994) "Altyapı hizmetlerinde teknolojik değişme, özel sermaye ve metalaşma biçimleri", Dünü ve Bugünüyle Toplum ve Ekonomi, Sayı: 6 (Mayıs) 5-67.

Hafta	Haftalara Göre Ders Konuları	
1	Teorik	Medya politikalarının özgül kapsamı
2	Teorik	Ekonomi Politik düşüncenin gelişimi; eleştirel ekonomi politik ve medya politikaları
3	Teorik	Medya endüstrisinin ve medyanın ürettiği metaların özgül yanları
4	Teorik	1800'lerden günümüze medyanın endüstrileşme süreci ve politikalar
5	Teorik	Medya sektöründe mülkiyet ve kontrol örüntüleri
6	Teorik	1970'lerin krizi, eoliberal ekonomi politikaları ve medya
7	Teorik	Genel Tekrar
8	Ara Sınav (Vize)	Ara Sınav
9	Teorik	İleri kapitalist ülkelerde medya endüstrileri; Küresel Medya Şebekesi: 6 Büyük şirket
10	Teorik	Medya sektöründe yakınsamanın medya politikaları üzerindeki etkileri
11	Teorik	Yatay-dikey-çapraz-süper-çapraz bütünleşme stratejileri
12	Teorik	Latin Amerikada, Doğu Avrupa'da, Afrika kıtasında medya politikaları
13	Teorik	Medya endüstrisinde genel eğilimler ve gelecek tasarımları: Türkiye için başlangıç
14	Teorik	Genel Tekrar
15	Dönem Sonu Sınavı (Final)	Final Sınavı

Dersin Öğrenme, Öğretme ve Değerlendirme Etkinlikleri Çerçevesinde İş Yükü Hesabı (Ortalama Saat)				
Etkinlik	Adet	Ön Hazırlık	Etkinlik Süresi	Toplam İş Yükü
Kuramsal Ders	13	2	3	65
Ara Sınav	1	29	1	30
Dönem Sonu Sınavı	1	29	1	30
			Toplam İş Yükü (Saat)	125
			Yuvarla [Toplam İş Yükü (saat) / 25*] = **AKTS Kredisi**	5
**25 saatlik iş yükü 1 AKTS olarak kabul edilmektedir.*				

Dersin Öğrenme Çıktıları	
1	Türkiye'deki medya politikalarının tarihsel gelişimini anlayacaktır.
2	Çapraz bütünleşme stratejilerini öğrenecektir.
3	Farklı coğrafyalarda kullanılan medya stratejilerini öğrenecektir.
4	Çapraz bütünleşmenin medya stratejileri üzerindeki etkilerini değerlendirebilecektir.
5	Günümüz medya stratejilerini değerlendirebilecektir.

Program Çıktıları *(Halkla İlişkiler ve Tanıtım Yüksek Lisans Programı)*	
1	İletişimin kültürel boyutlarını inceleyebilecek ve üzerinde akademik çalışmalar yapabilir.
2	Mesaj stratejisini kurumsal çerçevede ele alabilir
3	Reklamcılığın temeli, multimedya, internet ve mobil iletişim pazarlama ilkeleri alanında bilgiye sahip olur.
4	Reklam kampanyaları planlama ve değerlendirme aşamalarında temel yöntemler
5	Reklamcılık ve diğer pazarlama iletişimi çabalarının yorumlanma yeteneği
6	Marka, marka imajı, marka yaratmak ve marka denkliği konusunda yetenek kazanır.
7	Bütünleşik pazarlama yönetimi ve stratejik rolü
8	Dağıtım kanalları, perakendecilik ve satın alma noktasıyla ilgili strateji oluşturma
9	Bilimsel araştırmanın ve sosyal olguların özellikleri
10	Yaratıcı düşünce ve reklam yazarlığı ve ilgili süreç

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

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