

KKW428 KÜLTÜR VE MEDYA EKONOMİSİ

Dersin Adı	Dersin Kodu	Dersin Yarıyılı
Kültür ve Medya Ekonomisi	KKW 428	8

AKTS	Ders (saat/hafta)	Uygulama (saat/hafta)	Laboratuvar (saat/hafta)
4	2	–	–

Dersin Dili	Almanca		
Dersin Seviyesi	Lisans		
Dersin Türü	Zorunlu x	Seçimlik –	
Dersin Sunum Şekli	Yüz Yüze x	Uzaktan Eğitim –	
Dersi Veren(ler)			

Dersin Amacı	Bu ders, kültür ve medya ekonomisi arasındaki ilişkiyi ortaya koymayı amaçlamaktadır. Medya alanı ve işletmelerinin özelliklerinin irdelenmesi öngörülmektedir.
Dersin İçeriği	Kültür ve Medya dijitalleşme nedeniyle büyüyen alanların merkezinde yer alır. Kültür ve medya ekonomisi, ekonomi bağlamında analiz edilir. Öğrenciler bu büyüyen alanların tanımı ve araştırmalarına dair farklı uluslararası istatistiksel kategoriler ve ölçütleri tanırlar ve ayrıca sektörün teknolojik, kültürel, sosyal ve ekonomik etkenler çerçevesinde gereken belirli koşullarını öğrenirler.

Dersin Öğrenme Çıktıları	
1	Derse başarı ile katılım sağlamış öğrenciler kültür alanında belirli gelişmeleri ekonomik gelişme bağlamında analiz edebilirler.
2	Öğrenciler bilgilerini örnek olarak seçilen şirketler kapsamında kullanabilirler.
3	Problematik gelişmeleri ve bunların gelişme eğilimlerini tanımlayabilir ve önleyici etkenleri sunabilirler.
4	Bu ders teknolojik, sosyal, kültürel ve ekonomik dönüşümlerin sistemli ilişkileri üzerine bilgi verir
5	Karmaşık gelişmelere analitik bakış açısı kazandırır
6	Teori, model ve değerlendirme kriterlerini pratik görevlerde kullanabilmeyi sağlar.

Literatür	Dreiskämper, Thomas (2013). Medienökonomie 1. Münster: LIT Verlag. Spiegel, Andreas (2006). Wachstumsstrategien in der Medienbranche. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.
-----------	---

Önerilen Kaynaklar

Zydorek, Christoph (2013). Einführung in die Medienwirtschaftslehre. Wiesbade: Springer Verlag.