

KÜLTÜR VE İLETİŞİM BİLİMLERİ BÖLÜMÜ
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Ayrıntıları					
Dersin Kodu		Sınıfı		Yarıyılı	
KKW343		3		5	
Dersin Adı		T	U	L	ECTS
Kültür Endüstrisinde Organizasyon Yönetimi		3	-	-	4
Dersin Dili	Almanca				
Dersin Düzeyi	Lisans	x	Yüksek Lisans	Doktora	
Bölümü/Programı	Kültür ve İletişim Bilimleri				
Eğitim Türü	Yüz yüze				
Dersin Türü	Zorunlu		Seçmeli	x	
Dersin Amacı	Devlet kültür kurumlarında ve özel şirketlerde kültürel arabuluculuğun anlaşılması; kültür endüstrisi teorisinde bilgi edinme; Medya aracılı kültürel ürünlerin küreselleşmesinin avantajları ve sorunları hakkında içgörü edinme.				
Dersin İçeriği	Frankfurt Okulu'nun kültür endüstrisi teorisine giriş; küreselleşen kültür endüstrisi anlayışına giriş; sanat eserlerinin yeniden üretilebilirliğinin ve tarihsel gelişiminin analizi; kültürel arabuluculuğun dijital biçimleri alanındaki mevcut ürünlerin analizi; popüler kültürde pazarlama yöntemleri (arama motorları, ambient TV, popüler müzik ve video).				
Ön Koşulları	-				
Dersin Koordinatörü	Assist. Prof. Dr. Ralph Buchenhorst				
Dersi Verenler	Assist. Prof. Dr. Ralph Buchenhorst				
Dersin Yardımcıları	Arş. Gör. Büşra Sarıkaya				
Dersin Staj Durumu	-				

Ders Kaynakları		
Ders Notu	Walter Benjamin, Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Frankfurt/Main: Suhrkamp 1963; Rodrigo Duarte, Die ‚globale‘ Kulturindustrie und ihre Kritik. In: ders., Deplatzierungen, 2. Auflage 2017, Berlin: Springer, S. 121-135; Jürgen Habermas, Die Moderne – ein unvollendetes Projekt, in: ders., dass., Leipzig, Reclam 1994, S. 54-72; Max Horkheimer/Theodor W. Adorno, Kulturindustrie: Aufklärung als Massenbetrug. In: dies., Dialektik der Aufklärung: Philosophische Fragmente, Frankfurt/Main: Fischer, S. 128-176; Kai Lehmann/Michael Scheische (Hg.), Die Google-Gesellschaft: Vom digitalen Wandel des Wissens, Bielefeld: Transkript 2007, S. 17-32; Tobias Plebuch, Musikhören nach Adorno: Ein Genesungsbericht. In: Merkur, August 2002, 56. Jahrgang, Heft 640, 675-687.	
Diğer Kaynaklar	Kayle Chayka, “Emily in Paris” and the Rise of Ambient TV, The New Yorker, 16.11.2020.	
Materyal Paylaşımı		
Dokümanlar	Edebi metinler, medya teorisi ve kültür bilimlerindeki metinler	
Ödevler	Bilimsel metinlerin anlatımı ve analizi, sınıf içi sunumların hazırlanması	
Sınavlar	Ara / final sınavı, sunum	
Dersin Yapısı		
Sosyal Bilimler		100%
Değerlendirme Sistemi		
	Sayısı	Katkı Oranı (%)
Ara Sınav	1	20
Kısa Sınav	-	-
Ödev	-	-
Devam	1	10
Uygulama	1	10
Proje	1	20
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	40

			Toplam	100
AKTS İş Yüğü Dağılımı Tablosu				
	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yüğü(Saat)	
Ders Süresi	14	3	42	
Sınıf Dışı Ç. Süresi	14	3	42	
Ödevler	-	-	-	
Sunum/Seminer Hazırlama	1- 3	6	12	
Ara Sınavlar	1	12	12	
Uygulama	-	-	-	
Laboratuvar	-	-	-	
Proje	-	-	-	
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	30	30	
			Toplam İş Yüğü	138
			AKTS Kredisi (Toplam İş Yüğü / 28)	4
Dersin Öğrenim Çıktıları				
1	Kamu kurumlarında ve özel işletmelerde kültürel arabuluculuğu anlamak			
2	Knowledge of the basic principles in the theory of culture industry			
3	Medya aracılı kültürel ürünlerin küreselleşmesinin avantajları ve sorunları hakkında içgörü			
4	Popüler kültürde (arama motorları, ambient TV, popüler müzik ve video) yeni pazarlama yöntemlerine ilişkin analitik yetenek geliştirmek			
5	Kültürün üretim ve pazarlamasında küreselleşmenin bağlamlarını anlamak.			
Ders Konuları				
1	Eleştirel Teorinin kültür endüstrisi analizine giriş			
2	Eleştirel Teorinin kültür endüstrisi analizine giriş			
3	Medya endüstrisinin küreselleşme sürecine giriş			

4	Medya endüstrisinin küreselleşme sürecine giriş
5	Kültürde tarihsel gelişimin ve mevcut yeniden üretilebilirlik durumunun analizi.
6	Kültürde tarihsel gelişimin ve mevcut yeniden üretilebilirlik durumunun analizi.
7	Kültürel arabuluculuğun dijital biçimleri alanındaki güncel gelişmelerin analizi
8	Kültürel arabuluculuğun dijital biçimleri alanındaki güncel gelişmelerin analizi
9	Kültürel arabuluculuğun dijital biçimleri alanındaki güncel gelişmelerin analizi
10	Popüler kültürde pazarlama yöntemleri (arama motorları, ambient TV, popüler müzik ve video)
11	Popüler kültürde pazarlama yöntemleri (arama motorları, ambient TV, popüler müzik ve video)
12	Sınava hazırlık
13	Sınava hazırlık
14	
15	

Dersin Program Çıktılarına katkısı (1-5)

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
1	5	5	5	4	5		
2	4	4	4	5	5		
3	5	5	4	4	5		
4	5	5	5	4	5		

Katkı Oranı: 1: Çok Düşük 2:Düşük 3: Orta 4:Yüksek 5:Çok Yüksek

Hazırlayan:	Assist.Prof. Dr. Ralph Buchenhorst
Güncelleme Tarihi:	21.04.2021

