

KÜLTÜR VE İLETİŞİM BİLİMLERİ BÖLÜMÜ  
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Ayrıntıları				
Dersin Kodu	Sınıfı			Yarıyılı
KKW343	3			5
Dersin Adı	T	U	L	AKTS
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. Hatice Zeynep Gürbener Şahin			
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			

KÜLTÜR VE İLETİŞİM BİLİMLERİ BÖLÜMÜ  
DERS BİLGİ FORMU

Dersin Yapısı			
Matematik ve Temel Bilimler		%	
Mühendislik Bilimleri		%	
Mühendislik Tasarımı		%	
Sosyal Bilimler	100	%	
Eğitim Bilimleri		%	
Fen Bilimleri		%	
Sağlık Bilimleri		%	
Alan Bilgisi		%	
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	
	<b>Toplam</b>	<b>100</b>	
AKTS İş Yükü Dağılımı Tablosu			
	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü (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
		<b>Toplam İş Yükü</b>	<b>138</b>
		<b>AKTS Kredisi (Toplam İş Yükü /Saat)</b>	<b>4</b>
Dersin Öğrenim Çıktıları			
1	Kamu kurumlarında ve özel işletmelerde kültürel arabuluculuğu anlamak		
2	Knowledge of the basic principles in the theory of culture industry		

**KÜLTÜR VE İLETİŞİM BİLİMLERİ BÖLÜMÜ**  
**DERS BİLGİ FORMU**

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 bağlamını anlamak.
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	

**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		
5							

KÜLTÜR VE İLETİŞİM BİLİMLERİ BÖLÜMÜ  
DERS BİLGİ FORMU

6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							

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

<https://obs.tau.edu.tr/oibs/bologna/index.aspx?lang=tr&curOp=showPac&curUnit=04&curSunit=209#>

Hazırlayan: Arş. Gör. Hatice Zeynep Gürbener Şahin

Güncelleme Tarihi: 12.06.2022