

GENEL TANIM / GENERAL DESCRIPTION

Ders Adı / Course Name	New Media Business Management / New Media Business Management	
Ders Kodu / Course Code	EYMD435	
Ders Türü / Course Type		
Ders Seviyesi / Course Level	Bachelor / Bachelor	
Ders Akts Kredi / ECTS	6.00	
Haftalık Ders Saati (Kuramsal) / Course Hours For Week (Theoretical)	3.00	
Haftalık Uygulama Saati / Course Hours For Week (Objected)	0.00	
Haftalık Laboratuvar Saati / Course Hours For Week (Laboratory)	0.00	
Dersin Verildiği Yıl / Year	4	
Öğretim Sistemi / Teaching System	Daytime Class / Daytime Class	
Eğitim Dili / Education Language	Turkish / Turkish	
Ön Koşulu Olan Ders(ler) / Precondition Courses	Yok	None
Amacı / Purpose	Dersin temel amacı mikroekonomi perspektifinden hareketle medyanın ekonomi politığıne odaklanmaktır. Medya ve yeni medya ekonomisinin tanımı, kavramları ve uygulama alanlarını kavramaktır. Bu amaç doğrultusunda medya işletmelerinin yapısal özellikleri, ürün, üretim ve hizmet stratejileri ve yeni medya ekonomisi ile ilgili kavramsal ve kuramsal bilginin öğrencilere kazandırılması amaçlanmaktadır.	The main objective of the course is to focus on the political economy of media from a microeconomic perspective. The aim is to understand the definition, concepts, and application areas of media and new media economics. In line with this goal, the course aims to provide students with conceptual and theoretical knowledge about the structural characteristics of media enterprises, product, production, and service strategies, as well as new media economics.
İçeriği / Content	Dersin içeriğini mikroekonominin temel kavram, kuram ve uygulamalarının yeni ve sosyal medyada bağlamındaki etkisi oluşturmaktadır. Bununla birlikte ders içeriğinde mikroekonominin yeni ve sosyal medya uygulamalarındaki kullanıcılar, şirketler, markalar ve medya sektörü üzerindeki etkisinin rolü de incelenecektir.	The content of the course revolves around the basic concepts, theories, and applications of microeconomics and their impact within the context of new and social media. Additionally, the course will examine the role of microeconomics in the influence of users, companies, brands, and the media sector within new and social media applications.
Önerilen Diğer Hususlar / Recommended Other Considerations	Öğrenciler mikroekonomi kavram, kuram ve uygulamaları hakkında bilgiye sahip olarak yeni ve sosyal medyadaki kişisel, kurumsal, siyasal, simgesel, kültürel ve ekonomik uygulamalar hakkında farkındalık geliştirir.	Students develop awareness about personal, corporate, political, symbolic, cultural, and economic practices in new and social media, equipped with knowledge of microeconomic concepts, theories, and applications.
Staj Durumu / Internship Status	Yok	None
Kitabı / Malzemesi / Önerilen Kaynaklar / Books / Materials / Recommended Reading	Atılğan, S. (1998). Basın işletmeciliği. İstanbul: Der Yayınları Erdal, D. (2013). Medya Ekonomisi ve İşletmeciliği, Anadolu Üni., Ankara Akgül, B. (2021). Dijital Medyanın Ekonomi Politığı, Vadi Matbaacılık	Atılğan, S. (1998). Press Management. İstanbul: Der Yayınları Erdal, D. (2013). Media Economics and Management, Anadolu University, Ankara Akgül, B. (2021). Political Economy of Digital Media, Vadi Matbaacılık
Öğretim Üyesi (Üyeleri) / Faculty Member (Members)	Doç. Dr. Gülsün Bozkurt	Associate Professor Dr. Gülsün Bozkurt

ÖĞRENME ÇIKTILARI / LEARNING OUTCOMES

1	Medya ve yeni medya ekonomisi kavramını bilir.	Knows the basic processes of microeconomics and new media economy.
2	Mikroekonomi ve yeni medya ekonomisinin gelişimi, işleyişi ve uygulama alanları hakkında bilgi sahibi olur.	Gains knowledge about the development, operation and application areas of microeconomics and new media economy.
3	Mikroekonomi ve yeni medya ekonomisi hakkındaki kavramsal ve kuramsal bilgiyi detaylı bir şekilde kavrar.	Comprehends the conceptual and theoretical knowledge about microeconomics and new media economy in detail.
4	Mikroekonomi ve yeni medya ekonomisinin kavram ve uygulamalarını yeni medya sektörü, araçları ve çalışma alanları bağlamında açıklar ve diğer ilgili disiplinlerle bağlantısını kurar.	Explains the concepts and practices of microeconomics and new media economy in the context of the new media sector, its tools and fields of study and connects it with other related disciplines
5	Mikroekonomi ile sosyal medya ve yeni medya arasındaki ilişkiyi kavrar ve mikroekonomi kavram, kuram ve uygulamalarının yeni medya sektörü, araçları ve çalışma alanları üzerindeki etkisini bilir.	Understands the relationship between microeconomics, social media and new media and knows the effects of microeconomics concepts, theories and practices on the new media sector, tools and fields of study.

HAFTALIK DERS İÇERİĞİ / DETAILED COURSE OUTLINE

Hafta / Week					
1	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tanışma ve ders içeriğinin paylaşılması			Düz anlatım.	Yok.
	Introduction and sharing of course content.			Explanation.	None
2	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medyanın Tanımı, Önemi ve Ekonomik Değeri			Düz anlatım. Tartışma.	Yok.
	Definition, Importance, and Economic Value of Media.			Plain explanation. Discussion.	None
3	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya Ekonomisinin Gelişimi ve Yapısal Özellikleri			Düz anlatım. Tartışma.	Ön okuma.
	Development and Structural Characteristics of Media Economics			Plain explanation. Discussion.	Preview.
4	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya Sektörü ve Stratejiler			Düz anlatım.	Yok.
	Sector of Media and Strategies			Plain Explanation	None
5	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Tarihsel Süreçte Türk Medya Ekonomisinin Yapısal Dönüşümü			Düz anlatım. Görsel sunu. Tartışma	Yok.
	Structural Transformation of Turkish Media Economy in Historical Process			Plain explanation. Visual presentation. Discussion	None

6	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Medya Ekonomisi ve Yeni Medya İlişkisi			Düz anlatım. Soru cevap.	Yok.
	Relationship between Media Economics and New Media			Plain explanation. Question-answer.	None
7	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yeni medya işletmeciliğinin Temelleri			Düz anlatım. Tartışma	Yok.
	Foundations of New Media Management			Plain explanation. Discussion	None
8	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Ara Sınav				
	Midterm Exam				
9	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yeni Medyada İçerik Üretimi ve Yönetimi			Düz anlatım. Soru cevap. Tartışma	Yok
	Content Production and Management in New Media			Plain explanation. Question-answer. Discussion	None
10	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Dijital Pazarlama ve Reklamcılık			Düz anlatım. Soru cevap.	Yok.
	Digital Marketing and Advertising			Plain explanation. Question-answer.	None
11	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Sosyal Medya Yönetimi			Görsel sunu. Tartışma	Yok.
	Social Media Management			Visual presentation. Discussion	None

12	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yeni Medya İşletmeciliğinde Gelir Modelleri, Marka Yönetimi ve İş Geliştirme			Düz anlatım. Soru cevap.	Yok.
	Revenue Models, Brand Management, and Business Development in New Media Management			Plain explanation. Question-answer.	None
13	Teorik Dersler / Theoretical	Uygulama	Lab	Öğretim Yöntem ve Teknikleri/Teaching Methods Techniques	Ön Hazırlık / Preliminary
	Yeni Medya İşletmeciliğinde İnovasyon ve Trendler (Öğrenci Sunumları)			Görsel sunu. Tartışma Soru cevap.	Araştırma- inceleme.
	Innovation and Trends in New Media Management (Student Presentations)			Plain explanation. Question-answer. Discussion	Research - Examination

DEĞERLENDİRME / EVALUATION

Yarıyıl (Yıl) İçi Etkinlikleri / Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		40
Yarıyıl (Yıl) Sonu Etkinlikleri / End Of Term (or Year) Learning Activities	Sayı / Number	Katkı Yüzdesi / Percentage of Contribution (%)
Final Sınavı / Final Examination	1	100
Toplam / Total:	1	100
Başarı Notuna Katkı Yüzdesi / Contribution to Success Grade(%):		60
Etkinliklerinin Başarı Notuna Katkı Yüzdesi(%) Toplamı / Total Percentage of Contribution (%) to Success Grade:		100
Değerlendirme Tipi / Evaluation Type:		

İŞ YÜKÜ / WORKLOADS

Etkinlikler / Workloads	Sayı / Number	Süresi (Saat) / Duration (Hours)	Toplam İş Yüğü (Saat) / Total Work Load (Hour)
Ara Sınav / Midterm Examination	1	1.00	1.00
Ara Sınav İçin Bireysel Çalışma / Individual Study for Mid term Examination	12	3.00	36.00
Derse Katılım / Attending Lectures	14	2.00	28.00
Final Sınavı / Final Examination	1	1.00	1.00
Final Sınavı için Bireysel Çalışma / Individual Study for Final Examination	16	3.00	48.00
Okuma / Reading	12	2.00	24.00
Toplam / Total:	56	12.00	138.00
Dersin AKTS Kredisi = Toplam İş Yüğü (Saat) / 25.00 (Saat/AKTS) = 138.00/25.00 = 5.52 ~ / Course ECTS Credit = Total Workload (Hour) / 25.00 (Hour / ECTS) = 138.00 / 25.00 = 5.52 ~			

PROGRAM VE ÖĞRENME ÇIKTISI / PROGRAM LEARNING OUTCOMES

Öğrenme Çıktıları / Learning Outcomes	Program Çıktıları / Program Outcomes																
	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.1.8	1.1.9	1.1.10	1.1.11	1.1.12	1.1.13	1.1.14	1.1.15	1.1.16	1.1.17
1. Medya ve yeni medya ekonomisi kavramını bilir. / Knows the basic processes of microeconomics and new media economy.	3	3	2	4	3	2	1	2	1	3	2	3	3	1	1	2	3
2. Mikroekonomi ve yeni medya ekonomisinin gelişimi, işleyişi ve uygulama alanları hakkında bilgi sahibi olur. / Gains knowledge about the development, operation and application areas of microeconomics and new media economy.	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	1	1	1	4
3. Mikroekonomi ve yeni medya ekonomisi hakkındaki kavramsal ve kuramsal bilgiyi detaylı bir şekilde kavrar. / Comprehends the conceptual and theoretical knowledge about microeconomics and new media economy in detail.	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	1	1	3	3

4.Mikroekonomi ve yeni medya ekonomisinin kavram ve uygulamalarını yeni medya sektörü, araçları ve çalışma alanları bağlamında açıklar ve diğer ilgili disiplinlerle bağlantısını kurar. / Explains the concepts and practices of microeconomics and new media economy in the context of the new media sector, its tools and fields of study and connects it with other related disciplines	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	1	1	2	3
5.Mikroekonomi ile sosyal medya ve yeni medya arasındaki ilişkiyi kavrar ve mikroekonomi kavram, kuram ve uygulamalarının yeni medya sektörü, araçları ve çalışma alanları üzerindeki etkisini bilir. / Understands the relationship between microeconomics, social media and new media and knows the effects of microeconomics concepts, theories and practices on the new media sector, tools and fields of study.	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	1	1	4	4

Katkı Düzeyi / Contribution Level : 1-Çok Düşük / Very low, 2-Düşük / Low, 3-Orta / Moderate, 4-Yüksek / High, 5-Çok Yüksek / Very high