DERS TANITIM ve UYGULAMA BİLGİLERİ

Dersin Adı	Kodu	Yarıyıl	T+U+L (saat/hafta)	Türü (Z / S)	Yerel Kredi	AKTS
Kültür Endüstrisi ve Politikaları	CS 516	Bahar	03+00+00	Zorunlu	3	7.5

Akademik Birim:	Sosyal Bilimler Enstitüsü/ İletişim Bilimleri Yüksek Lisans
Öğrenim Türü:	Örgün eğitim
Ön Koşullar	Yok
Öğrenim Dili:	İngilizce
Dersin Düzeyi:	Yüksek Lisans
Dersin Koordinatörü:	Levent SOYSAL
Dersin Amacı:	Bu dersin amaçları: 1) Medya endüstrisindeki temel değişimleri açıklamak 2) Medya endüstrisindeki temel özellikleri ve gerginlikleri izlemek 3) Hem eski hem de sosyal medyada önemli insanların kurumsal uygulamalarını analiz etmek 4)Medya ekolojisinde ortaya çıkan zorlukları ve tartışmaları tartışmak
Dersin İçeriği:	Bu ders, yazılı, elektronik ve dijital olanlar da dahil olmak üzere medya iletişim sektörlerini araştırmakta, bu alandaki başlıca eğilimleri, faktörleri, oyuncuları ve zorlukları incelemektedir.
Dersin Öğrenme Çıktıları (ÖÇ):	• **1-** Medya ürünlerinin doğasını ve kurumsal içeriğini kavramak • **2-** Medya politik ekonomisinin nasıl çalıştığını anlamak • **3-** Medya endüstrisindeki önemli gelişmeleri yansıtmak • **4-** Eski ve sosyal medyada odak alanlarını ve güç ajanlarını tanımlamak • **5-** Medya endüstrilerinin uygulamalarını daha büyük kültürel, ekonomik, politik ve sosyal şartlar altında eleştirel olarak analiz etmek • **6-** Dijital çağda medya endüstrisi ile ilgili eğilimleri ve politikaları değerlendirmek
Dersin Öğrenme Yöntem ve Teknikleri	Ders, seminerler (düşünce soruları ve sınıf tartışması için materyaller), e-öğrenme kaynakları (tahta) ve atölye çalışmaları (vaka çalışmaları, rol oyun oturumları) ile desteklenen konferanslar (PowerPoint sunumları) yoluyla sağlanır

HAFTALIK PROGRAM

Hafta	Konular	Ön Hazırlık
1	Derse Genel Bakış	Syllabus
2	Kültür Endüstrileri eleştirel kuramın merceğinden	Adorno & Horkheimer (1944/2007) Dialectic of enlightment. Stanford University Press - 'Culture industry: Enlightment as mass deception'
3	Endüstriselleşme	Havens, T. & Lotz, A. (2016) Understanding Media Industries, 2nd ed. Oxford University Press – chapter 2
4	Küreselleşme	Rantanen, T. (2005) The Media and Globalization. Sage – chapter 2
5	Dijitalleşme	Holt, J. & Perren, A. (2009) Media industries: History, theory and methods. Wiley-Blackwell – chapter 6
6	Televizyon	Thussu, D. (ed.) (2009) International communication: A reader. London: Routledge – chapter 4
7	Öğrenci Sunumları	
8	Öğrenci Sunumları	
9	Google	Vaidhyanathan, S. (2011) The Googlization of everything. University of

		California Press – chapter 2
10	Facebook	Fuchs, C. (2014) Social media: A critical introduction. Sage – chapter 7
11	Öğrenci Bireysel Çalışmaları	
12	Öğrenci Bireysel Çalışmaları	Extracts from Agonistics (C. Mouffe)
13	Medya ekolojisi hakkında düşünceler	Scolari, A. C. (2012). Media ecology: Exploring the metaphor to expand the theory. Communication Theory 22, 204-225.
14	Dersin Özeti	

Kadir Has Üniversitesi'nde bir dönem 14 haftadır, 15. ve 16. hafta sınav haftalarıdır.

ZORUNLU ve ÖNERİLEN OKUMALAR

Bütün okumalara Blackboard üzerinden ulaşılabilir.

DİĞER KAYNAKLAR

Yok

DEĞERLENDİRME SİSTEMİ

Yarıyıl İçi Çalışmaları	**Sayı**	**Katkı Payı (%)**
Katılım	14	-
Ödev	3	30
Sunum/Jüri	1	20
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler (okuma, bireysel çalışma vb.)	1	10
Final Sınavı	1	40
Total:	**20**	**100**

İŞ YÜKÜ HESAPLAMASI

Etkinlikler	**Sayısı**	**Süresi (saat)**	**Toplam İş Yükü (saat)**
Ders Saati	14	3	42
Ödev	3	10	30
Sunum/Jüriye Hazırlık	1	20	20
Dersle İlgili Sınıf Dışı Etkinlikler	1	52	52
Final Sınavı	1	44	44
Toplam İş Yükü (saat):			**188**

1 AKTS = 25 saatlik iş yükü

PROGRAM YETERLİLİKLERİ (PY) ve ÖĞRENME ÇIKTILARI (ÖÇ) İLİŞKİSİ

#	PY1	PY2	PY3	PY4	PY5	PY6
OC1	3			2	2	
OC2	2		2	3	1	
OC3		2		1	3	2
OC4	2	3		1		
OC5	2	2	3			
OC6				2	3	2

Katkı Düzeyi: 1 Düşük, 2 Orta, 3 Yüksek