

Medya Ekonomisi ve İşletmeciliği Bilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Dersleri

GZT7002 / Medya Ekonomisi (Prof. Dr. Orhan Baytar)

Bu ders, medya sektörünün ekonomik mantığını, diğer sektörlerden ayrılan yönlerini teorik ve kuramsal düzeyde vermeyi amaçlamaktadır. Medya sektörünün giderek ulusal ve küresel düzeyde yoğunlaşan bir sektör haline gelmesi, büyük ölçüde medyanın kendine has ekonomik, teknik ve yapısal koşullarından kaynaklanmaktadır. Bu nedenle derste medyanın yapısal özelliği olan hız ve zaman baskısına duyarlı olması, işgücü rekabeti, üretim ve dağıtım koşullarının teknolojik bağımlılığa olan etkisi ve piyasa rekabetinin yol açtığı dikey/yatay/çapraz yoğunlaşma türleri işlenecektir.

GZT7007/ Medya Endüstrisinde Yeni Ekonomi Uygulamaları (Prof. Dr. Tolga Kara)

Ağ ekonomisi ve en önemli bileşeni olan yeni ekonomi kavram ve uygulamaları bu dersin içeriğini oluşturmaktadır.

GZT7014 / Yeni Medyada Pazarlama Yaklaşımları (Dr. Öğr. Üyesi Safa Görkem Aktaş)

Bu ders, dijitalleşme süreciyle birlikte medya yapılarında ortaya çıkan dinamikleri, dijital pazarlama ve reklamcılık kuramları çerçevesinde analitik olarak incelemeyi amaçlamaktadır. Yeni medya ortamlarında şekillenen etkileşimli, veri odaklı ve kullanıcı merkezli iletişim biçimleri doğrultusunda pazarlama stratejilerinin nasıl yeniden yapılandığı kuramsal bir zeminde ele alınacaktır. Ders kapsamında dijital reklamcılık, içerik temelli pazarlama, algoritmik hedefleme, sosyal medya stratejileri ve çok kanallı iletişim modelleri gibi güncel başlıklar tartışmaya açılacaktır. Öğrencilerin, yeni medya teknolojilerinin pazarlama süreçlerine entegrasyonunu eleştirel bir perspektifle değerlendirebilmeleri hedeflenmektedir.

GZT7000 / Seminer (Prof. Dr. Tolga Kara)

Öğrencinin, yüksek lisans programları çerçevesinde bilimsel araştırmanın nasıl yapılacağını, bilimsel bir dokümanın nasıl yazılacağını ve nasıl sunulacağını uygulamalı bir şekilde öğrenmesi ve yüksek lisans tezi konusun belirlenmesidir.

GZT7016 / Medyanın Ekonomi Politikası (Doç. Dr. Zeynep Yelda Kadioğlu)

Medyanın ekonomi politikası dersi, medya kurumlarının içerik üretimi, dağıtımı ve tüketimi süreçlerini; bu süreçlerin ekonomik, politik ve ideolojik yapılarla ilişkisini ele alır. Derste medya, küresel kapitalist sistemle olan bağları, toplumsal işlevleri ve ideolojik yönelimleri üzerinden eleştirel bir bakışla incelenir. Medya yalnızca içerik açısından değil, aynı zamanda üretim koşulları, sahiplik yapısı ve toplumsal etkileriyle birlikte değerlendirilir. Ders kapsamında medya endüstrisindeki sahiplik yapıları, sektördeki yoğunlaşmalar, finansman modelleri, neoliberal ekonomi politikaları, devletin medya üzerindeki düzenleyici rolü ve dijital platform ekonomisi (Google, Meta, Netflix gibi) gibi konular işlenir. Ayrıca medya üretiminde emek süreçleri de analiz edilir. Bu sayede öğrenciler, medyayı sadece içerik üzerinden değil; onu şekillendiren üretim ilişkileri, güç yapıları ve ekonomik-politik bağlamla birlikte kavrayabilir.