

<b>Ders Adı:</b> Kùltür ve Medya Ekonomisi			
<b>Bölüm:</b> Kùltür ve İletişim Bilimleri			
1	<b>Ders Kodu:</b> KKW428	<b>Dersin Türü:</b> Teori	<b>Dil:</b> Almanca
2	<b>Yarıyıl</b> 8	<b>AKTS</b> 4	<b>İş Yüğü</b> 2
3	<b>Ders İçerikleri:</b> <b>3.1. Arka Plan ve Diğer Modüllerle İlişki:</b> Bu modül sekizinci yarıyılın teması olan "Kùltür Yönetimi ve Ekonomisi"nin bir parçasıdır. Sekizinci yarıyılın tüm tema odakları ile yakından ilişkilidir ve yedinci yarıyıldaki "Medya ve Kùltür Üretimi" ve "Medya Kurumları ve Yönetimi" gibi modüllerin konularını detaylandırır. <b>3.2. İçerik:</b> Kùltür ve Medya dijitalleşme nedeniyle büyüyen alanların merkezinde yer aldı. Bu ders yaratıcı endüstrilerdeki medya branşlarının başarılı temsilcilerini (Google, Apple, Microsoft, ...) içererek piyasaları kapsamında branş üzerine bilgi verir. Öğrenciler bu büyüyen alanların tanımını ve araştırmalarına dair farklı uluslararası istatistiksel kategoriler ve ölçütleri tanırlar. Ayrıca "Yaratıcı Endüstriler"nin başarısı için teknolojik, kültürel, sosyal ve ekonomik etkenler çerçevesinde gereken belirli koşulları öğrenirler. Son olarak öğrenciler "Yaratıcı Endüstriler"nin ve özellikle bu endüstrinin büyük sektör temsilcilerinin gelişimindeki problematik yönlerle (veri güvenliği, piyasanın hükmettiği pozisyonlar, sosyal, kültürel ve politik etki, nesneleşen kùltür, ...) de duyarlılaşırlar.		
4	<b>Kazanılan Nitelikler:</b> <b>4.1. Mesleki Nitelikler:</b> Derse başarı ile katılım sağlamış öğrenciler "Yaratıcı Endüstriler"deki belirli gelişmeleri ekonomik gelişme bağlamında analiz edebilirler. "Yaratıcı Endüstriler"nin büyümesindeki temel etken ve koşulları adlandırabilir, değerlendirebilir ve kendi aralarındaki etkileşimlerini açıklayabilirler. Öğrenciler bu bilgiyi örnek olarak seçilen şirketler kapsamında kullanabilirler. Problematik gelişmeleri ve bunların gelişme eğilimlerini tanımlayabilir ve önleyici etkenleri sunabilirler. <b>4.2. Genel Nitelikler:</b> Bu ders teknolojik, sosyal, kültürel ve ekonomik dönüşümlerin sistemli ilişkileri üzerine bilgi verir. Karmaşık gelişmelere analitik bakış açısı kazandırır. Teori, model ve değerlendirme kriterlerini pratik görevlerde kullanabilmeyi sağlar.		
5	<b>Kaynakça:</b> Thomas Dreiskämper: Medienökonomie 1, Münster, 2013.		