

“Türk Ekonomi Dergiciliğinin Hisse Fiyatları Üzerindeki Etkisi”

Arş. Gör. Kemal EYÜBOĞLU

Medya, hayatın her alanında bilgilendirici ve yönlendirici bir güç olarak yer almaktadır. Teknolojik gelişmeler, medyanın bireylere ulaşabilme yeteneğini artırmış ve ihtiyaç duyulan çeşitli konulara bireylerin erişimini kolaylaştırmıştır. Özellikle sermaye piyasalarında yaşanan ve 1990’larda başlayan gelişme ile medyada bu piyasalara olan ilgi artmış, yatırım ve finansman konuları sadece finansal medyada değil başta televizyon ve gazeteler olmak üzere tüm medya organlarında yer almaya başlamıştır. Finansal medya ise zamanla ağırlığını hisseler, varantlar, yatırım fonları gibi enstrümanlara yöneltmiş ve aynı zamanda bu enstrümanlarla kar elde edilecek şekilde nasıl işlem yapılabileceği üzerine odaklanmıştır.

Medya araçları yoluyla elde edilen finansal bilgilerin hisse senedi fiyatlarını etkileyip etkilemediği ve yatırımcılara anormal getiriler sağlayıp sağlamadığı bu hususta merak uyandıran bir konudur. Bu haftaki toplantımızda merak uyandıran bu konuyu irdelemeyi amaçladık.

Hisse fiyatları ile medya araçları yoluyla sunulan finansal bilgiler arasındaki ilişkiyi ele alacağımız **“Türk Ekonomi Dergiciliğinin Hisse Fiyatları Üzerindeki Etkisi”** adlı **seksen birinci** toplantımız **Arş. Gör. Kemal EYÜBOĞLU** tarafından sunulmuştur. Sunumda; haftalık ekonomi dergisi “Para” tarafından Şubat 2006 ile Aralık 2010 tarihleri arasında “al” tavsiyesi verilen hisse senetleriyle anormal getiriler elde edilip edilemediği olay çalışması (*event study*) yöntemi ile analiz edilmiştir. “Hisse Fiyatları” ve “Medya” konusunun bir arada ele alınmıştır.

Yer: İİBF EK Bina 4. Kat/Toplantı Salonu

Tarih: 26.12.2013

Saat: 14.30

Prof. Dr. Ahmet ULUSOY
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü