

Metody badania mass mediów - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Metody badania mass mediów
Kod przedmiotu	14.2-WP-SOCD-MBM
Wydział	Wydział Nauk Społecznych
Kierunek	Socjologia
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	drugiego stopnia z tyt. magistra
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2019/2020

Informacje o przedmiocie	
Semestr	4
Liczba punktów ECTS do zdobycia	4
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr Krzysztof Lisowski

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Ćwiczenia	30	2	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z tradycyjnymi i nowoczesnymi badaniami mediów masowych, ich specyfiką i możliwościami zastosowania.

Wymagania wstępne

Brak

Zakres tematyczny

- Media tradycyjne i nowoczesne - wprowadzenie.
- Prasa, radio, telewizja, Internet jako przedmiot badania.
- Badania monomedialne i multimedialne
- Badania oglądalności programów telewizyjnych (telemetria, dzienniczki oglądalności)
- Badania słuchalności programów radiowych, standardy RADIO TRACK (metodologia DAR)
- Badania czytelnictwa prasy (standardy Polskiego Badania Czytelnictwa)
- Badania internetu
- Analiza zawartości mediów.
- Badania sondażowe.

Metody kształcenia

Przygotowanie projektu, praca z tekstem, praca w grupie, dyskusja grupowa.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student posiada pogłębioną wiedzę na temat metod i technik badania mediów, ich specyfiki, ograniczeń i obszarów zastosowania	K_W07	- przygotowanie projektu - dyskusja	Ćwiczenia
Student potrafi samodzielnie przygotować odpowiednie prace pisemne lub wystąpienia publiczne dotyczące zarówno zagadnień teoretycznych jak i empirycznych z ich argumentacją	K_U05	- przygotowanie projektu - prezentacja projektu	Ćwiczenia
Student bierze odpowiedzialność za projektowane i wykonywane zadania związane z projektowaniem badań medialnych	K_K06	przygotowanie projektu	Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Projekt badania mediów do wybranej tematyki. Oceniana zgodność z tematem, dobór adekwatnych do tematu metod i technik prowadzenia badań, struktura pracy, język, rzetelność, samodzielność wykonania pracy, odpowiedni dobór literatury przedmiotu.

Literatura podstawowa

1. Baran S., Davis D., Teorie komunikowania masowego, Wydawnictwo. UJ, Kraków 2007.
2. Goban-Klas T., Media i komunikowanie masowe, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2004.
3. Lisowska-Magdziarz M., Analiza zawartości mediów, Wydawnictwo UJ, Kraków 2004.
4. Pisarek W., Analiza zawartości prasy, Ośrodek Badań Prasoznawczych, Kraków 1983.
5. Sztabiński P.B., Sztabiński F., Sawiński Z. [red.], Nowe podejścia badawcze w naukach społecznych, IFiS PAN, Warszawa 2004
6. Wimmer R., Dominick J., Metody badań mass mediów, Wydawnictwo. UJ, Kraków 2008

Literatura uzupełniająca

1. Churchill G.A., Badania marketingowe. Podstawy metodologiczne, PWN Warszawa 2002
2. Sułek A., Ogród metodologii socjologicznej, Scholar, Warszawa 2002

Uwagi

Brak

Zmodyfikowane przez dr Krzysztof Lisowski (ostatnia modyfikacja: 24-04-2019 22:44)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ