

Wprowadzenie do badań medialnych - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Wprowadzenie do badań medialnych
Kod przedmiotu	14.2-WP-SOCP-WBM
Wydział	Wydział Nauk Społecznych
Kierunek	Socjologia
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. licencjata
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2020/2021

Informacje o przedmiocie	
Semestr	4
Liczba punktów ECTS do zdobycia	2
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	15	1	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Zapoznanie studenta z wybranymi problemami badań medialnych oraz z metodami i technikami badań mass mediów,

Wymagania wstępne

Brak

Zakres tematyczny

Badanie mediów drukowanych – zarys zagadnień.

Badanie mediów elektronicznych - zarys zagadnień.

Badanie treści przekazu masowego: analiza treści.

Badania nad widownią.

Badania nad oglądalnością: telemetria.

Polskie Badania Internetu.

Polski monitoring mediów.

Badania reklamy w mass mediach.

Metody kształcenia

Konwersatorium, praca ze źródłami, praca z danymi zastanymi.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Posiada podstawową wiedzę o strukturach i zasadach funkcjonowania wybranych instytucji społecznych i gospodarczych oraz o ich wzajemnych relacjach – ze szczególnym uwzględnieniem instytucji medialnych i badawczych.	K_W06	- referat - praca grupowa	Ćwiczenia
Student jest przygotowany do skutecznej współpracy z członkami zespołu zadaniowego i realizacji projektów społecznych.	K_K01	praca grupowa	Ćwiczenia
Student potrafi samodzielnie znaleźć informacje i materiały niezbędne do przeprowadzenia prostych analiz socjologicznych, korzystając z różnych źródeł (w języku rodzimym i obcym) oraz posługując się nowoczesnymi technologiami.	K_U02	referat	Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Praca w grupie nad wspólnymi zadaniami zaliczeniowymi o charakterze teoretyczno -empirycznym; indywidualna praca nad referatem. Ocena końcowa z przedmiotu to średnia arytmetyczna z ocen zrealizowanych zadań oraz z referatu.

Literatura podstawowa

Instytut Monitorowania Mediów; <https://www.imm.com.pl/raporty/>

McQuail D., Teoria komunikowania masowego, Warszawa 2012.

Polskie Badania Internetu; <http://pbi.org.pl/>

Wimmer R. D., Dominick J. R., Mass media. Metody badań, Kraków 2008.

Literatura uzupełniająca

Lisowska-Magdżiarz M., Analiza zawartości mediów: przewodnik dla studentów, Kraków 2004.

Mrozowski M., Media masowe. Władza, rozrywka i biznes, Warszawa 2001.

Szaban D., Trzop B., Inwestycje węglowe na pograniczu polsko-niemieckim w dyskursie medialnym, Wrocław 2019.

Wiedza o reklamie: od pomysłu do efektu, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr Tomasz Kołodziej (ostatnia modyfikacja: 16-04-2020 09:52)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ