

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 2022/2023

Informacje o przedmiocie	
Semestr	4
Liczba punktów ECTS do zdobycia	4
Typ przedmiotu	obieralny
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, e-learning, blended learning

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
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
Student posiada pogłębioną wiedzę na temat metod i technik badania mediów, ich specyfiki, ograniczeń i obszarów zastosowania	K_W07	- przygotowanie projektu - dyskusja	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
7. Strony internetowe ośrodków badawczych realizujących badania mediów: <https://www.pbc.pl/> <https://pbi.org.pl/>. <https://radiotrack.pl/>.
<https://www.nielsen.com/pl/pl/solutions/measurement/television/>. <https://www.gov.pl/web/kririt/telemetryia-polska>

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: 26-04-2022 18:26)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ