



**TANTÁRGYI ADATLAP**  
**KUTATÓSZEMINÁRIUM 3.**  
**BMEGT43A393**

# I. TANTÁRGYLEÍRÁS

## 1. ALAPADATOK

### Tantárgy neve

KUTATÓSZEMINÁRIUM 3.

### Azonosító

BMEGT43A393

### A tantárgy jellege

kontaktórási tanegység

### Kurzustípusok és óraszámok

<i>Típus</i>	<i>óraszám</i>
Előadás	2
Gyakorlat	2
Laboratórium	0

### Tanulmányi

teljesítményértékelés

(minőségértékelés)

### típusa

félévközi

érdemjegy

### Kreditszám

6

### Tantárgyfelelős

*Neve* *Beosztása* *Email címe*

Dr. Blaskó Ágnes egyetemi adjunktus blaskoagi@gmail.com

### Tantárgyat gondozó oktatási szervezeti egység

Szociológia és Kommunikáció Tanszék

### A tantárgy weblapja

<https://edu.gtk.bme.hu>

### A tantárgy oktatásának nyelve

magyar - HU

### A tantárgy tantervi szerepe, ajánlott féléve

Szak: **Kommunikáció és médiatudomány alapszak 2021/22/1 félévtől**

Tantárgy szerepe: **Kötelezően választott**

Ajánlott félév: **5**

---

### Közvetlen előkövetelmények

*Erős* KUTATÓSZEMINÁRIUM II.

*Gyenge* Nincs

*Párhuzamos* Nincs

*Kizáró feltételek* Nincs

### A tantárgyleírás érvényessége

Jóváhagyta a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Kari Tanácsa (2024.06.26.) az 580515/8/2024 iktatószámmon hozott határozatával, amely érvényes 2024.06.26-től.

## 2. CÉLKITŰZÉSEK ÉS TANULÁSI EREDMÉNYEK

### Célkitűzések

A tárgy célja a hallgatók bevonása egy folyó kutatási programban, amelynek keretében kutatási készségeiket használhatják, és a hozzájárulnak a program végrehajtásához.

### Tanulmányi eredmények

Tudás

1. Társadalomtudományi módszertanok ismerete.
2. Kommunikációs és médiajelenségek leírásához szükséges fogalomkészlet ismerete

Képesség

1. Kutatási képességek.
2. Elemzési készségek

Attitűd

1. A társadalmi változások elfogadására való nyitottság.
2. Szakmai és morális hozzáállás

Önállóság és felelősség

1. Konstruktivitás és asszertivitás intézményi működés keretében.
2. Önállóság

### Oktatásmódszertan

Konzultáció

### Tanulástámogató anyagok

- Részben saját kutatás eredménye, részben az órán kerül kiosztásra (pdf formátumban).

# II. TANTÁRGYKÖVETELMÉNYEK

## A TANULMÁNYI TELJESÍTMÉNY ELLENŐRZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

### Általános szabályok

A kurzus teljesítési feltételei: jelenlét az órákon a TVsz. szerint 1 választott referátum a szakirodalmakból (prezentáció készítése, és egyeztetett időpontban a szóbeli referátum megtartása) aktív részvétel az órai munkában kutatási feladatok elvégzése és beszámoló ezekről (létszámtól függően csoportos vagy egyéni munkavégzés).

### Teljesítményértékelési módszerek

Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részletes leírása: kreatív kutatói szemlélet, az ismeretterjesztő irodalom átfordítása kutatási anyaggá szakirodalom beépítése a kutatási tervbe kutatómódszerek kreatív alkalmazása

### Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részaránya a minősítésben

- a kiadott feladat elvégzése: 100

### Vizsgaelemek részaránya a minősítésben

### Az aláírás megszerzésének feltétele, az aláírás érvényessége

#### Érdemjegy-megállapítás

Jeles	96
Jeles	85–95%
Jó	70–84%
Közepes	60-69%
Elégéséges	50-59%
Elégtelen	< 50%

#### Javítás és pótlás

A javítás és pótlás rendjét mindig a hatályos TVSZ szabályozza.

### A tantárgy elvégzéséhez szükséges tanulmányi munka

részvétel a kontakt tanórákon	56
félévközi készülés a gyakorlatokra	104
prezentálás	20
összesen	180

### A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőtestület véleményezése után jóváhagyta dr. Lógó Emma oktatási dékánhelyettes 2024. 06.03-án. Érvényes 2024.06.03-tól.

# III. RÉSZLETES TANTÁRGYTEMATIKA

## TEMATIKAI EGYSÉGEK ÉS TOVÁBBI RÉSZLETEK

### A félévben sorra vett témák

A nyilvánosság szociológiai megközelítései (I). A nyilvánosság fogalma, történeti fejlődése (Habermas) A kurzus követelményeinek megbeszélése A nyilvánosság szociológiai megközelítései (II). Közvélemény: absztrakció, fikció, ideológia? Kommunikatív aktus, performativitás, szimbolikus erőszak. A tömegmédia politikai ökonómiája: a propaganda-modell (I) A tömegmédia politikai ökonómiája: a propaganda-modell (II) Az elitek saját szerepükről alkotott felfogása és a politikai nyilvánosság A termék, a kínálat és a kereslet fogalma a médiapiacon; erőviszonyok és koncentrációs folyamatok (I) A termék, a kínálat és a kereslet fogalma a médiapiacon; erőviszonyok és koncentrációs folyamatok (II) Branding (I). Az árucikkek termelésétől a jelentés termeléséig. A fogyasztási cikkek mediatizálódása Branding (II). A médiumok és a napirend „brandesedése” A közönségkutatás alapjai A közönségmaximalizálás politikai aspektusai és a közszolgálati média Értékkrendszer és fogyasztói viselkedés

### További oktatók

Dr. Hamp Gábor egyetemi docens hamp.gabor@gtk.bme.hu

Dr. Gács Anna egyetemi docens hamp.gabor@gtk.bme.hu

### A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Tantárgyi adatlap I. és II. részén túli III. részét az érintett szak(ok) szakfelelőse(i)vel való egyeztetés alapján az 1.8. pontban megjelölt Szociológia és Kommunikáció Tanszék vezetője hagyja jóvá.