



SUBJECT DATASHEET

RESEARCH SEMINAR III

BMEGT43A393

I. SUBJECT DESCRIPTION

1. SUBJECT DATA

Subject name

RESEARCH SEMINAR III

ID (subject code)

BMEGT43A393

Type of subject

class

Course types and lessons

<i>Type</i>	<i>Lessons</i>
Lecture	2
Practice	2
Laboratory	0

Type of assessment

term mark

Number of credits

6

Subject Coordinator

<i>Name</i>	<i>Position</i>	<i>Contact details</i>
Dr. Blaskó Ágnes	Assistant Professor	blaskoagi@gmail.com

Educational organisational unit for the subject

Department of Sociology and Communication

Subject website

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

Language of the subject

magyar - HU

Curricular role of the subject, recommended number of terms

Programme: **Communication and media studies Bachelor's Programme from 2021/22/Term 1**

Subject Role: **Compulsory elective**

Recommended semester: **5**

Direct prerequisites

Strong KUTATÓSZEMINÁRIUM II.

Weak None

Parallel None

Exclusion None

Validity of the Subject Description

Approved by the Faculty Board of Faculty of Economic and Social Sciences, Decree No: 580515/8/2024 registration number. Valid from: 26.06.2024.

2. OBJECTIVES AND LEARNING OUTCOMES

Objectives

The purpose of the subject is to involve students in an ongoing research program, in the framework of which they can use their research skills and contribute to the implementation of the program.

Academic results

Knowledge

1. Basic knowledge of social science methodologies.
2. Solid knowledge of conceptualization for studying communication and media phenomena

Skills

1. Research skills.
2. Analytical skills

Attitude

1. Openness to social change
2. Professional and moral stance

Independence and responsibility

1. Constructiveness and assertiveness in the context of institutional operation.
2. Independence

Teaching methodology

classroom work, independent work

Materials supporting learning

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

II. SUBJECT REQUIREMENTS

TESTING AND ASSESSMENT OF LEARNING PERFORMANCE

General Rules

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).

Performance assessment methods

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

Percentage of performance assessments, conducted during the study period, within the rating

- working on the research project: 100

Percentage of exam elements within the rating

Conditions for obtaining a signature, validity of the signature

Issuing grades

Excellent	96
Very good	85–95%
Good	70–84%
Satisfactory	60–69%
Pass	50–59%
Fail	< 50%

Retake and late completion

Retake and make-up test options are defined by the valid regulations of the University's Code on Education and Examination.

Coursework required for the completion of the subject

classes	56
research	104
prep. for presentation	20
total	180

Approval and validity of subject requirements

Consulted with the Faculty Student Representative Committee, approved by the Vice Dean for Education, valid from: 03.06.2024.

III. COURSE CURRICULUM

THEMATIC UNITS AND FURTHER DETAILS

Topics covered during the term

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 Értérendszer és fogyasztói viselkedés

Additional lecturers

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

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

Approval and validity of subject requirements