



TANTÁRGYI ADATLAP

KUTATÓSZEMINÁRIUM 3.

BMEGT43A393

I. TANTÁRGYLEÍRÁS

1. ALAPADATOK

Tantárgy neve

KUTATÓSZEMINÁRIUM 3.

Azonosító

BMEGT43A393

A tantárgy jellege

kontaktórák 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

<i>Neve</i>	<i>Beosztása</i>	<i>Email címe</i>
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

<i>Erős</i>	KUTATÓSZEMINÁRIUM II.
<i>Gyenge</i>	Nincs
<i>Párhuzamos</i>	Nincs
<i>Kizáró feltételek</i>	Nincs

A tantárgyleírás érvényessége

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

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
félélvközi készülés a gyakorlatokra	104
prezentálás	20
összesen	180

A tantárgykövetelmények jóváhagyása és érvényessége

A Kari Hallgatói Képviselőt 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 Értérendszer 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.