

SYLABUS

DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2023-2025 (skrajne daty)
rok akademicki 2023/2024

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	Metodologia badań medioznawczych
Kod przedmiotu*	IVA6
Nazwa jednostki prowadzącej kierunek	Kolegium Nauk Humanistycznych
Nazwa jednostki realizującej przedmiot	Instytut Polonistyki i Dziennikarstwa
Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom studiów	Drugi stopień
Profil	Ogólnoakademicki
Forma studiów	Stacjonarne
Rok i semestr/y studiów	I rok, II semestr
Rodzaj przedmiotu	podstawowy
Język wykładowy	polski
Koordinator	dr Jarosław Kinal (członek Zespołu Programowego kierunku studiów DiKS)
Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących	dr Jarosław Kinal (autor programu)

* -opcjonalnie, zgodnie z ustaleniami w Jednostce

1.1. Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

Semestr (nr)	Wykł.	Ćw.	Konw.	Lab.	Sem.	ZP	Prakt.	Inne (jakie?)	Liczba pkt. ECTS
2.	15		15						3

1.2. Sposób realizacji zajęć

w formie tradycyjnej

zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość (jeśli wynika to z aktualnie obowiązujących przepisów)

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)**2. WYMAGANIA WSTĘPNE**

Umiejętność logicznego myślenia

3. CELE, EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE I STOSOWANE METODY DYDAKTYCZNE**3.1 Cele przedmiotu**

C1	Zapoznanie studenta z procedurami badawczymi w nauce o komunikacji społecznej i mediach
----	---

C ₂	Zapoznanie studenta z metodami badawczymi właściwymi dla nauki o komunikacji społecznej i mediach
C ₃	Wytworzenie umiejętności projektowania badań medioznawczych
C ₃	Wytworzenie umiejętności stosowania odpowiednich metod, narzędzi i technik badawczych do konkretnych problemów badawczych z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach

3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu

EK (efekt uczenia się)	Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu	Odniesienie do efektów kierunkowych ¹
EK_01	Zna terminologię stosowaną w procedurach badawczych z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach	K_W01
EK_02	Ma wiedzę z zakresu metodologii w badaniach medioznawczych	K_W02
EK_03	Posiada umiejętności poprawnego formułowania treści poszczególnych elementów procesu badawczego	K_W07, K_W08
EK_04	Potrafi zaprojektować narzędzie badawcze i dostosować je do problemu badawczego; rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia się	K_U09
EK_05	Potrafi konfrontować pomysły w pracy grupowej; zdobyta wiedzę potrafi wykorzystać w działalności na rzecz środowiska społecznego	K_K03

3.3 Treści programowe

A. Problematyka wykładów

Treści merytoryczne
1. Metodologia a metoda badawcza w naukach o komunikacji społecznej i mediach
2. Elementy procesu badawczego w badaniach medioznawczych
3. Przegląd metod, technik i narzędzi badawczych stosowanych w naukach o komunikacji społecznej i mediach
4. Przestrzeń badawcza i operat badawczy
5. Problem badawczy, pytania badawcze, zmienne i wskaźniki, hipotezy i metody ich weryfikacji
6. Projektowanie badań ankietowych
7. Projektowanie badań analitycznych

B. Problematyka konwersatoriów

Treści merytoryczne
1. Projektowanie kwestionariusza ankiety
2. Projektowanie klucza kategoryzacyjnego w badaniach analizy treści i zawartości
3. Projektowanie scenariusza wywiadu pogłębionego
4. Projektowanie scenariusza FGI

¹ W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela.

5. Badania PAPI i CAPI
6. Zagadnienia i problemy etyczne w badaniach medioznawczych
7. Wprowadzenie do statystyki

3.4 Metody dydaktyczne

Wykład: Wykład z prezentacją multimedialną

Ćwiczenia: metoda projektów, praca w grupach

Np.:

Wykład: wykład problemowy, wykład z prezentacją multimedialną, metody kształcenia na odległość

Ćwiczenia: analiza tekstów z dyskusją, metoda projektów (projekt badawczy, wdrożeniowy, praktyczny), praca w grupach (rozwiązywanie zadań, dyskusja), gry dydaktyczne, metody kształcenia na odległość

Laboratorium: wykonywanie doświadczeń, projektowanie doświadczeń

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

Symbol efektu	Metody oceny efektów uczenia się (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć)	Forma zajęć dydaktycznych (w, ćw., ...)
EK_01	EGZAMIN PISEMNY	WYKŁAD
EK_02	EGZAMIN PISEMNY	WYKŁAD
EK_03	EGZAMIN PISEMNY	WYKŁAD
EK_04	ZADANIE PRAKTYCZNE, OBSERWACJA W TRAKCIE ZAJĘĆ	ĆWICZENIA
EK_05	ZADANIE PRAKTYCZNE, OBSERWACJA W TRAKCIE ZAJĘĆ	ĆWICZENIA

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

WYKŁAD: EGZAMIN PISEMNY – TEST WYBORU ZAWIERAJĄCY 35 PYTAŃ ZAMKNIĘTYCH. SKALA OCEN:
<18 ndst, 19-22 dst, 23-26 dst+. 27-29 db, 30-32 db+, 33-35 bdb

Ćwiczenia: Stworzenie i prezentacja założeń projektu badań związanych z mediami.
W ramach zaliczenia student przedstawia pracę pisemną zawierającą wprowadzenie, opis celu i problematyki badań, hipotez i metod ich weryfikacji, metod i technik wykorzystanych do badania oraz wzór narzędzia badawczego.

Maksymalna ilość punktów do otrzymania 100

<51 ndst, 51-65 dst, 66-75 +dst, 76-83 db, 84-93 +db, 94-100 bdb

5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS

Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe wynikające z harmonogramu studiów	30
Inne z udziałem nauczyciela akademickiego (udział w konsultacjach, egzaminie)	5

Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.)	40
SUMA GODZIN	75
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS	3

** Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.*

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

wymiar godzinowy	Nie dotyczy
zasady i formy odbywania praktyk	Nie dotyczy

7. LITERATURA

Literatura podstawowa:

Lisowska-Magdziarz Małgorzata, Analiza zawartości mediów. Przewodnik dla studentów, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2004.

Wimmer Roger, Dominick Joseph, Mass media. Metody badań, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008.

Kinal Jarosław, Kawalec Hubert, Przestrzeń społeczna w badaniach naukowych, Rzeszów 2017

Bertrand Ina, Media Research Methods, Londyn 2017

Literatura uzupełniająca:

Miotk Anna, Badania w public relations. Wprowadzenie, Difin, Warszawa 2012.

Nowak Stefan, Metodologia badań społecznych, PWN, Warszawa 1985.

Taylor Lisa, Willis Andrew, Medioznawstwo. Teksty, instytucje, odbiorcy, Wydawnictwo UJ, Kraków 2006.

Gackowski T., Łączyński M., Metody badania wizerunku w mediach, Warszawa 2009

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej