

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMASK/22bdAMES013/22
Názov predmetu	aplikovaný mediálny výskum
Rozsah	2P
Počet kreditov	4
Vyučujúci	Mgr. Ľuboš Greguš, PhD. (prednášajúci), Mgr. Peter Krajčovič, PhD. (prednášajúci), prof. Mgr. Norbert Vrabec, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 56 % bodov (celkovo 56 bodov zo 100). Záverečná hodnotiacia stupnica: 100 – 92 =A; 91 - 83 =B; 82 – 74 =C; 73 – 65 =D; 64 - 56 =E; 55 a menej = FX). Podmienkou absolvovania predmetu je úspešné absolvovanie záverečnej písomnej skúšky z obsahu prednášok a povinnej literatúry a odovzdanie semestrálnej práce. Študent môže získať spolu 100 bodov (100%). Záverečná písomná skúška má percentuálnu váhu na absolvovanie predmetu na úrovni 60 %, semestrálna práca 40 %. Pravidelná účasť na výučbe je ďalšou podmienkou úspešného absolvovania predmetu.

Výsledky vzdelávania

Poslucháčky a poslucháči po absolvovaní predmetu získajú tieto vedomosti, schopnosti, zručnosti, kompetencie: # poznajú a rozumejú jednotlivým vedeckým metódam, ktoré sa využívajú pri výskume v mediálnych a komunikačných štúdiách, # orientujú sa vo výskumných technikách bežne využívaných v mediálnom výskume, # sú schopní definovať rozdiely medzi kvantitatívnymi a kvalitatívnymi výskumami a s nimi spojenými výskumnými technikami, zberom dát, analýzou dát a interpretáciou získaných výsledkov, # orientujú sa v spôsoboch, akými sa určuje sledovanosť, čítanosť, počúvanosť či návštevnosť v rámci mediálneho prostredia v Slovenskej republike, # rozvíjajú si analytické schopnosti, komunikačné a prezentačné zručnosti, ako aj schopnosť argumentácie.

Stručná osnova predmetu

1. Úvod do metodológie vedy, výskumný proces a jeho charakteristika
2. Charakteristika základných fáz výskumného procesu
3. Základné druhy mediálneho výskumu
4. Kvantitatívne a kvalitatívne stratégie vo výskume médií
5. Výskum mediálnych inštitúcií
6. Výskum mediálnych obsahov
7. Výskum publika
8. Výskum účinkov médií
9. Výskum objektívnosti médií
10. Výskum sledovanosti, čítanosti, počúvanosti a návštevnosti médií
11. Výskum pozornosti publika

Odporúčaná literatúra

- Gálik, S., Vrabec, N., Avadani, I., Rožukalne, A., Skulte, I., Stakle, A., Trbojevic, F., Krajčovič, P., & Metanova, L. (2024). Monitoring media users' competencies. In E. Lauk, M.O. Allonso & H. Harro-Loit, Monitoring Mediaspaces. A Premise of Wisdom-Based EU Media Governance (pp. 162-187). University of Tartu.
- Lindolf, T. R. & Taylor, B. C. (2017). Qualitative Communication Research Methods. 4th Edition. SAGE.
- Panasenko, N., & Greguš, Ľ. (2022). Media Text in the Mirror of Linguistics. Wolters Kluwer.
- Rabušič, L., Soukup, P., & Mareš, P. (2019). Statistická analýza sociálnovedných dát (prostredníctvom SPSS). Masarykova Univerzita.
- Radošinská, J., Mináriková, J., & Višňovský, J. (2023). Východiská výskumu v mediálnych a komunikačných štúdiách. Univerzita sv. Cyrila a Metoda.
- Sedláková, R. (2014) Výzkum médií. Nejužívanéjší metody a techniky. Grada Publishing.
- Trampota, T., & Vojtěchovská, M. (2010). Metody výzkumu médií. Portál.