

Informačný list predmetu

Akademický rok 2024/2025

Vysoká škola	Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta	FMK UCM
Kód predmetu	KMASK/22bdVZME013/22
Názov predmetu	mediálny výskum
Rozsah	2P
Počet kreditov	4
Vyučujúci	prof. Mgr. Norbert Vrabec, PhD. (prednášajúci), Mgr. Ľuboš Greguš, PhD. (prednášajúci)

Podmienky na absolvovanie predmetu

Podmienkou absolvovania predmetu je úspešné absolvovanie záverečnej písomnej skúšky z obsahu prednášok a povinnej literatúry. Podmienkou pripustenia študenta k záverečnej písomnej skúške je pravidelná účasť na prednáškach (povolené sú max. 3 absencie, pri študentoch s IŠP max. 50% z celkového počtu prednášok). V prípade prekročenia počtu povolených absencií sa nemôže študent zúčastniť na záverečnej písomnej skúške. Záverečná písomná skúška má percentuálnu váhu na absolvovanie predmetu na úrovni 100 %. Pre úspešné absolvovanie predmetu musí študent získať minimálne 55 % bodov. Záverečná hodnotiacia stupnica: A - 92-100 % B - 83-91 % C - 74-82 % D - 65-73 % E - 56-64 % FX - 0-55 %

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

Lindolf, T. R. & Taylor, B. C. (2017). Qualitative Communication Research Methods. 4th Edition. SAGE.

Panasenko, N., & Greguš, L. (2022). Media Text in the Mirror of Linguistics. Wolters Kluwer. Rabušič, L., Soukup, P., & Mareš, P. (2019). Statistická analýza sociálněvědních dat (prostřednictvím SPSS). Masarykova Univerzita. Radošinská, J., Mináriková, J., & Višňovský, J. (2023). Východiská výskumu v mediálnych a komunikačných štúdiách. Univerzita sv. Cyrila a Metoda. Rosenberry, J., & Vicker, L. A. (2022). Applied mass communication theory: A guide for media practitioners (3th ed.). Routledge. Scharrer, E., & Ramasubramanian, S. (2021). Quantitative research methods in communication: The power of numbers for social justice. Routledge.