

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

Metodologija komunikoloških istraživanja

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:

(max. 20 karaktera)

3. Ciklus studija:

2

4. Bodovna vrijednost ECTS:

10

5. Status nastavnog predmeta: Obavezni Izborni**6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:**

Nema posebnih preduslova za polaganje nastavnog predmeta

7. Ograničenja pristupa:

Nema ograničenja pristupa.

8. Trajanje / semestar: 1 2**9. Sedmični broj kontakt sati:**

9.1. Predavanja:

3

9.2. Auditorne vježbe:

1

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

0

10. Fakultet:

Filozofski fakultet

11. Odsjek / Studijski program:

Žurnalistika / Žurnalistika

12. Odgovorni nastavnik:

dr.sc. Najil Kurtić, red.prof.

13. E-mail nastavnika:

najil.kurtić@untz.ba

14. Web stranica:

www.untz.ba

15. Ciljevi nastavnog predmeta:

Ovladati ključnim teorijskim konceptima razumijevanja i istraživanja savremenih komunikoloških fenomena, Usvojiti neophodna znanja i vještine izrade istraživačkih projekata u području komunikologije, Ovladati istraživačkim metodama i tehnikama specifičnim za komunikologiju, Pripremiti studenta za kreiranje prijave završnog rada (master teze), Ovladati standardima akademskog pisanja

16. Ishodi učenja:

Na kraju kursa uspješni studenti, koji su tokom čitavog nastavnog perioda kontinuirano obavljali svoje obaveze, trebali bi biti osposobljeni da samostalno konceptualiziraju istraživački projekat u oblasti komunikologije, pravilno izaberu i realiziraju odgovarajuće istraživačke probleme i metode, artikulišu generalnu i pomoćne hipoteze, razviju mrežu indikatora, primijene odgovarajuće tehnike obrade podataka te samostalno interpretiraju dobijene rezultate i napišu izvještaj za naučni časopis.

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

Uvod u teorijsku pozadinu medijskih istraživanja, Odabir teme, Publike, Mediji i poruke, Efekti i socijalne uloge, Afektivne reakcije, Kognitivne reakcije, Kognitivni utjecaji, Utjecaj na ponašanje, Istraživanje i pregled literature, Teorijsko utemeljenje, Model strategije istraživanja, Pisanje istraživačkog projekta, Odabir istraživačkog postupka, Priroda kvalitativnih istraživanja i njihov značaj za komunikologiju, Metoda studije slučaja, Metoda dubinskog intervjua, Metoda fokus grupe, Naučno promatranje, Metoda komparativne analize, Analiza diskursa (sadržaja), Naučno anketiranje, Prikupljanje podataka, Uzorkovanje, Klasificiranje, prezentiranje i analiza podataka, Osnovne statističke metode i glavni statistički alati, SPSS u komunikološkim istraživanjima, Tumačenje podataka, naučno zaključivanje i sinteze, Pisanje izvještaja – akademski standardi

18. Metode učenja:

U cilju efikasnog izvođenja nastave i postizanja očekivanih ciljeva kursa i kompetencija studenata na kraju semestra na kursu se koriste različite nastavne metode:

- predavanja
- praktične vježbe
- individualni projekti.

19. Objašnjenje o provjeri znanja:

Završni ispit

Završni ispit se sastoji iz pismenog i usmenog dijela.

Pismeni dio ispita se sastoji od izrade pristupnog rada (istraživačkog projekta) u kojem student treba, oslanjajući se na usvojena teorijska znanja, razraditi metodologiju istraživanja konkretnog istraživačkog problema.

Usmeni dio ispita se sastoji iz prezentacije pristupnog rada i razgovora o glavnim pitanjima i konceptima aktueliziranim u radu.

Kolokviji

U okviru kursa studenti će imati jedan kolokvij, u obliku testa znanja koja će se odnositi na materiju prezentiranu u okviru predavanja i vježbi. Kolokviji će se sastojati od maksimalno 15 pitanja i nosiće maksimalno 30 bodova.

Testovi su koncipirani u vidu otvorenih pitanja. Pored svakog pitanja navedeni su bodovi koje to pitanje nosi u sistemu ukupnog ocjenjivanja.

20. Težinski faktor provjere:

SISTEM BODOVANJA

Prisustvo i aktivnost na predavanjima i vježbama 10 bodova

Pristupni rad 30 bodova

Kolokvij 30 bodova

Usmeni dio završnog ispita 30 bodova

UKUPNO 100 bodova

SISTEM OCJENJIVANJA

54- 63 bodova – ocjena 6 (E)

64 – 73 bodova – ocjena 7 (D)

74- 83 bodova – ocjena 8 (C)

84- 93 bodova – ocjena 9 (B)

94- 100 bodova – ocjena 10 (A)

21. Osnovna literatura:

PREPORUČENA LITERATURA

Ward, J., Hansen, K.A., (1993), Search Strategies In Mass Communication, Longman, New York

Berger, A.A., (1998), Media Research Techniues, SAGE Publication, Thousand Oaks, California

Gunter, B., (2000), Media Research Methods, SAGE Publication, Thousand Oaks, California

Collins, T.W., (1999), Fokusne grupe, Univerzitet u Sarajevu, Sarajevo

Fowler, F.J.; Mangione, T.W., (1991), Standardized Survey Interviewing – Minimizing Interviewer – Related Error, SAGE

Publication, Thousand Oaks, California

Kurtić, N., (2011), Komunikološki ogledi, Bosanska riječ, Tuzla

DODATNA LITERATURA

Kundačina, M., Bandur, V., (2007), Akademsko pisanje, Učiteljski fakultet , Užice

Termiz, Dž., (2009), Metodologija društvenih nauka, Univerzitet u Sarajevu, Sarajevo

22. Internet web reference:**23. U primjeni od akademske godine:**

2011/2012.

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV: