|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Tantárgy neve:**  **Közvélemény-kutatás** | **Kódja:**  **NBP\_AD141G2** | **Kreditszáma:**  **2** |
| A tanóra típusa: szeminárium, száma: 2 | | |
| A számonkérés módja (kollokvium./gyakorlati jegy./egyéb): gyakorlati jegy | | |
| A tantárgy tantervi helye (hányadik félév): bármikor | | |
| Előtanulmányi feltételek: NBB\_FL896K2 | | |
| A kurzus célja bemutatni a közvéleményről való gondolkodásmód fejlődését; jellemezni egyes, a közvélemény elméletének alakulása szempontjából döntő szerepet játszó iskolák álláspontját.  A tárgy bevezeti a hallgatókat a közvélemény és piackutatás mai modern gyakorlatába: megismerteti a leggyakrabban használt közvélemény- és piackutatási technikákkal, a legfontosabb kérdezési és adatfeldolgozási módszerekkel, melyek alkalmazását a hallgatók esettanulmányok megoldásával is gyakorolják.  **Kialakítandó kompetenciák:**  A hallgatók legyenek képesek a felnőttképzés területén szerzett tapasztalataikat rendszerezni képesek legyenek új információk gyűjtésére, a felmerülő új problémák, új jelenségek kritikus feldolgozására. | | |
| A **3-5** legfontosabb *kötelező,* illetve *ajánlott***irodalom** (jegyzet, tankönyv) felsorolása biblio­gráfiai adatokkal (szerző, cím, kiadás adatai, oldalak, ISBN | | |
| Angelusz Róbert: *Kommunikáló társadalom.* Gondolat Kiadó, Bp., 1995. 211. p. ISBN 9638258497  Hoffmann – Kozák – Veres: *Piackutatás.* Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 2000. 398. p.  ISBN 963163064  Rudas Tamás (2006): *Közvélemény-kutatás*. Corvina Kiadó Kft. 138. p. ISBN 9789631355017 | | |
| **Tantárgy felelőse** (*név, beosztás, tud. fokozat*)**: Dr. Tóth András, egyetemi docens, PhD** | | |
| **Tantárgy oktatásába bevont oktató(k),** ha vannak(*név, beosztás, tud. fokozat*)**:**  **Dr. Simándi Szilvia, adjunktus, PhD** | | |