|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **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 9638258497Hoffmann – Kozák – Veres: *Piackutatás.* Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 2000. 398. p.ISBN 963163064Rudas 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** |