

## Kurzusleírás (tematika)

Kurzus neve (alcím, ha van): Társadalomtudományi és kommunikációs ismeretek II/1. Médiaipar				
A kurzus oktatója/i, elérhetősége(i): Keszeg Anna, keszeg.anna@mome.hu				
Kód: M-DM-203-1	Kapcsolódó tanterv (szak/szint): DMMA	A tantárgy helye a tantervben (szemeszter): 2	Kredit: 5	Tanóraszám: 2 (heti) Egyéni hallgatói munkaóra: 51
Kapcsolt kódok: -	Típus: előadás	Szab.vál-ként felvehető-e? Nem.	Szab.vál. esetén sajátos előfeltételek:	
A kurzus kapcsolatai (előfeltételek, párhuzamosságok): M-DM-203-2-vel együtt teljesíthető				
A kurzus célja és alapelvei: A tanegységet elvégző hallgató a médiaipar és az ehhez kapcsolódó médiakultúra történeti evolúcióját megismeri és kortárs tartalmi és tartalomfejlesztési, geopolitikai, médiagazdaságtani trendjeit megtanulja felismerni. Az ehhez kapcsolódó legfontosabb fogalmakat definiálni és kritikai-stratégiai környezetben azonosítani képes. Az órák problémacsomópontok köré szervezve dolgozzák fel a médiaipar és médiakultúra legfontosabb jelenségeit, valamint segítenek a hallgatóknak kijelölni és megérteni a művészet és dizájn szerepét ebben az összefüggésrendszerben. Az órákon kortárs iparági példák ismertetése és bevonása kulcsfontosságú.				
Tanulási eredmények (fejlesztendő szakmai és általános kompetenciák): interpretálás, koncipiálás; elméleti, történeti és kritikai reflexió.				
A tantárgyat elvégző hallgató:  <i>Tudás:</i> Magabiztos tudással rendelkezik a design- és művészetmenedzsment területen alkalmazott, a piaci és a társadalmi igényeket is tükröző értelmezési módszerekről. Pontos ismeretei vannak a kultúra piacának specifikumairól, a profitorientált és a non-profit működés sajátosságairól, intézményi rendszeréről.  <i>Képesség:</i> A design / művészeti koncepciókat összekapcsolja más szakterületek hasonló eszközeivel, stratégiai látásmódban. Komplex módon szemléli a kulturális piacot és kapcsolódó közegeit (önkormányzati, állami, civil szektor, az idegenforgalom, a városfejlesztés, a vizuális nevelés területén), azok trendjeit a művészeti színvonal és a társadalmi-gazdasági fenntarthatóság összetettségének jegyében, gyakran ellentétes voltokban.  <i>Attitűd:</i> Érzékeny a kulturális piac iránti, változó társadalmi elvárásokra, egyensúlyra törekszik az igényeknek megfelelés és az igények befolyásolása között.  <i>Autonómia és felelősségvállalás:</i> Saját értékrendszerét és interkulturális nyitottságát egyensúlyban kezeli.				
A kurzus keretében feldolgozandó témakörök, témák: 1. Médiaipar, médiakultúra – a medianapló módszertana – 2023. 02. 23. 2. Médiaipar, kreatívipar, <i>soft power</i> – 2023. 03. 02. 3. Geopolitikai perspektívák a médiaiparban – 2023. 03. 09. 4. A médiaipar és az urbanizáció – 2023. 03. 16. 5. A globális médiatermék és a történetmesélés logikája – 2023. 03. 23. 6. A tömegsajtó és a bulvár – 2023. 03. 30.				

7. A rádiós piac és a podcastek kultúrája – 2023. 04. 06.
8. A televíziós piac és az audiovizuális tartalomgyártás ökoszisztémája – 2023. 04. 13.
9. Az ügynökségek és a személyiségipar – 2023. 04. 20.
10. A metaverzum mint médialogika – 2023. 04. 27.
11. Érzelmi kultúrák és médiaipar – 2023. 05. 04.
12. Médiatermék-tervezés és egymás koncepciójának értékelése – 2023. 05. 11.

Tanulásszervezés/folyamatszervezés sajátosságai:

Az első órán az azt követő tíz alkalomhoz kijelölünk egy-egy olyan médiaterméket, médiaipari jelenséget, amelyről az egyes órákon egy-egy rövid esettanulmány készül. Az esettanulmányokat a hallgatók mutatják be, mindenkinek a félév során kell vállalnia egy bemutatót (egyedül vagy társsal). Javasolt példák: podcastek, streaming-szolgáltatók, közösségi média platformok és azokon működtetett csatornák, médiatrösztök stb. Az első órán a hallgatók megkapják az esettanulmányok elkészítésének módszertanát. Az egyes bemutatók időpontját szintén az első órán jelöljük ki.

*A kurzus menete, az egyes foglalkozások jellege és ütemezésük:*

Az óra a hallgatók esettanulmány-bemutatójával kezdődik (30 perc), melyet rövid kiértékelő, majd 45-50 perces előadás követ.

*A hallgatók tennivalói, feladatai:* az esettanulmányok előkészítése, órai jegyzetelés, a szakirodalom feldolgozása (vizsgára), illetve az utolsó órai kreatív feladat benyújtása a vizsgaidőszakra (kettes csoportokban).

*A tanulás környezete:* tanterem

*Értékelés:* az esettanulmány elkészítése (folyamatos, minden hallgató esetében más időpont), az írásbeli vizsga, illetve az utolsó órai kreatív feladat benyújtása.

*Teljesítendő követelmények:* 1 prezentáció, 1 írásbeli vizsga, 1 kreatív feladat

*Értékelés módja:* gyakorlati prezentációx2, teszt (vizsgaidőszakban).

Az értékelés szempontjai: lexikális ismeretek, forrásgyűjtés és egyéni tájékozódás, innovativitás.

Az érdemjegy kiszámítása:

esettanulmány – max. 2 pont - 40%

teszt – max. 1,5 pont - 30%

kreatív tartalomfejlesztési gyakorlat – 1,5 pont – 30%

*Kötelező irodalom:* Daniel Herbert, Amanda D. Lotz and Aswin Punathambekar: *Media Industry Studies*. Polity Press, 2020. (A teljes kötet).

*Ajánlott irodalom:*

Aswin Punathambekar: *From Bombay to Bollywood. The Making of a Global Media Industry*. New York University Press, New York-London, 2013. 1-51.

John Allen Hendricks: *The Twenty First Century Media Industry. Economic and Managerial Implications in the Age of New Media*. Lanham-Plymouth, Lexington Books, 2010. 1-81.

*Egyéb információk:*

Máshol, vagy korábban szerzett tudás elismerése (validációs elv):

felmentés adható egyes kompetenciák megszerzése, feladatok teljesítése alól

Tanórán kívüli konzultációs időpontok és helyszín: fogadóóra – kedd: 11.30-13.00, Elméleti Intézet, emailes egyeztetés: [keszeg.anna@mome.hu](mailto:keszeg.anna@mome.hu)