

A TANTÁRGY ADATLAPJA

1. A képzési program adatai

1.1 Felsőoktatási intézmény	Babes-Bolyai Tudományegyetem, Kolozsvár
1.2 Kar	Földrajz Kar
1.3 Intézet	Magyar Földrajzi Intézet
1.4 Szakterület	Földrajz
1.5 Képzési szint	Alapképzés
1.6 Szak / Képesítés	Turizmusföldrajz

2. A tantárgy adatai

2.1 A tantárgy neve	TURIZMUSFÖLDRAJZI KUTATÁS MÓDSZERTANA						
2.2 Az előadásért felelős tanár neve	Dr. Csata Zsombor, egyetemi docens						
2.3 A szemináriumért felelős tanár neve	Dr. Csata Zsombor, egyetemi docens						
2.4 Tanulmányi év	II	2.5 Félév	4	2.6. Értékelés módja	Vizsga	2.7 Tantárgy típusa	Kötelező

3. Teljes becsült idő

3.1 Heti óraszám	4	melyből: 3.2 előadás	2	3.3 szeminárium/labor	2
3.4 Tantervben szereplő össz-óraszám	56	melyből: 3.5 előadás	28	3.6 szeminárium/labor	28
A tanulmányi idő elosztása:					óra
A tankönyv, a jegyzet, a szakirodalom vagy saját jegyzetek tanulmányozása					10
Könyvtárban, elektronikus adatbázisokban vagy terepen való további tájékozódás					5
Szemináriumok / laborok, házi feladatok, portofóliók, referátumok, esszék kidolgozása					2
Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)					1
Vizsgák					1
Más tevékenységek:					
3.7 Egyéni munka össz-óraszám	19				
3.8 A félév össz-óraszám	75				
3.9 Kreditszám	3				

4. Előfeltételek

4.1 Tantervi	•
4.2 Kompetenciabeli	•

5. Feltételek

5.1 Az előadás lebonyolításának feltételei	• videoprojektor
5.2 A szeminárium / labor lebonyolításának feltételei	• videoprojektor

6. Elsajátítandó jellemző kompetenciák

Szakmai kompetenciák	<p>C1. Tudományos kutatások megtervezése és kivitelezése (adatgyűjtés, feldolgozás) szervezetekben és közösségek körében, kultúra- és piackutatás stb.</p> <p>C2 Adatállományok és adatrendszerek kezelése</p> <p>C3 Társadalmi problémák vizsgálata, közpolitikai stratégiák és szociális politikák alkalmazása</p>
Transzverzális kompetenciák	<p>CT1 Szakszerű, hatékony, pontos és felelősségteljes munkavégzés, a szakmai etikai normák betartásával</p> <p>CT2 Csoportközi viszonyulási technikák, empátikus kommunikációs készségek, és sajátos szerepvállalás alkalmazása a csoportmunkában</p> <p>CT3 Információs források és kommunikációs erőforrások, valamint IT támogatott továbbképzési eszközök hatékony használata (internetes források, sajátos szoftverek, online előadások) románul és idegen nyelven</p>

7. A tantárgy célkitűzései

7.1 A tantárgy általános célkitűzése	<p>A tantárgy célja az, hogy a hallgatók megismerjék a társadalomkutatás logikáját és betekintést nyerjenek a fontosabb módszerek használatába. Fontos továbbá a szaktudományhoz kapcsolható sajátos fogalomrendszer pontos, helyes és magabiztos használata, az elmélet és a módszer közötti sajátos viszonyrendszer helyes megítélése, a különféle eljárásokkal szembeni objektív viszonyulásmód kialakítása.</p>
7.2 A tantárgy sajátos célkitűzései	<p>A tantárgy célja, hogy annak befejezése után a hallgató:</p> <ul style="list-style-type: none"> • fel tudjon ismerni egy társadalmi problémát és képes legyen azt kutatási kérdéssé alakítani • felismerje a kutatástervezés különféle módozatainak előnyeit és korlátait, képes legyen kritikusan értékelni a különféle alternatív kutatási irányokat, kiválasztani illetve kialakítani a sajátos problémahelyzetnek megfelelőt • tudjon ennek megfelelően egy kivitelezhető kutatási tervet készíteni • tisztában kell legyen a különféle információforrások hasznosíthatóságával és ismernie kell azokat az eszközöket, amivel ezek összegyűjthetők • alapszintű jártasságot szerezzen kérdőíves vizsgálatok, az interjúzás, a fókuszcsoportok, a megfigyelés és a kísérleti eljárások módszertanában <p>megértse az említett módszertani eljárások erősségeit és gyengéit és ennek megfelelően tudja adekvát módon használni</p>

8. A tantárgy tartalma

8.1 Előadás	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
Bevezetés: a társadalomtudományi kutatás a turizmusfejlesztésben	<ul style="list-style-type: none"> • előadás, interaktív elemekkel • problematizálás • modellálás <p>példákon keresztül történő szemléltetés</p>	
Módszercsaládok: Kvantitatív és kvalitatív kutatások.	<ul style="list-style-type: none"> • előadás, interaktív elemekkel 	

A kutatás típusai: felderítő, leíró, magyarázó	<ul style="list-style-type: none"> • problematizálás • modellálás <p>példákon keresztül történő szemléltetés</p>	
A kutatás tervezésének módszertana	<ul style="list-style-type: none"> • előadás, interaktív elemekkel • problematizálás • modellálás <p>példákon keresztül történő szemléltetés</p>	
Szekundér adatforrások – statisztikai adatok másodelemzése, shift-share analízis, turisztikai indikátorok	<ul style="list-style-type: none"> • előadás, interaktív elemekkel • problematizálás • modellálás <p>példákon keresztül történő szemléltetés</p>	
Kérdőíves kutatások – érvényesség és megbízhatóság, a kérdőíves kutatások típusai	<ul style="list-style-type: none"> • előadás, interaktív elemekkel • problematizálás • modellálás <p>példákon keresztül történő szemléltetés</p>	
Kérdőíves kutatások – kérdéstípusok, kérdőívszerkesztés	<ul style="list-style-type: none"> • előadás, interaktív elemekkel • problematizálás • modellálás <p>példákon keresztül történő szemléltetés</p>	
Kérdőíves kutatások – mintavétel, a kérdőíves kutatások lebonyolítása	<ul style="list-style-type: none"> • előadás, interaktív elemekkel • problematizálás • modellálás <p>példákon keresztül történő szemléltetés</p>	
Félévközi vizsga	<ul style="list-style-type: none"> • előadás, interaktív elemekkel • problematizálás • modellálás <p>példákon keresztül történő szemléltetés</p>	
Az interjúkészítés. Az individuális interjú típusai	<ul style="list-style-type: none"> • előadás, interaktív elemekkel • problematizálás • modellálás <p>példákon keresztül történő szemléltetés</p>	
Az interjúkészítés. Az individuális interjú elemzése	<ul style="list-style-type: none"> • előadás, interaktív elemekkel • problematizálás • modellálás <p>példákon keresztül történő szemléltetés</p>	
A fókuszcsoportos interjú tervezése és lebonyolítása	<ul style="list-style-type: none"> • előadás, interaktív elemekkel • problematizálás • modellálás <p>példákon keresztül történő szemléltetés</p>	
A fókuszcsoportos interjú elemzése	<ul style="list-style-type: none"> • előadás, interaktív elemekkel • problematizálás • modellálás <p>példákon keresztül történő szemléltetés</p>	
Hálózatelemzés	<ul style="list-style-type: none"> • előadás, interaktív elemekkel 	

	<ul style="list-style-type: none"> • problematizálás • modellálás <p>példákon keresztül történő szemléltetés</p>	
14. Egyéb módszerek a turizmus kutatásban: SWOT-elemzés, Delphi módszer, benchmarking	<ul style="list-style-type: none"> • előadás, interaktív elemekkel • problematizálás • modellálás <p>példákon keresztül történő szemléltetés</p>	

Könyvészet:

1. Fischer, Gábor (2001). Hihetünk-e a közvélemény-kutatásoknak?: hogyan készülnek, és mennyire pontosak a közvélemény-kutatások. Bagolyvár.
2. Heltai Erzsébet - Tarjányi József (1999): A szociológiai interjú készítése. Társi, Budapest.
3. Kóródi Márta et al. (2011) Turizmus kutatások módszertana. Pécsi Tudományegyetem
4. Magyar Tivadar (2005): Adatfelvételi módszerek a társadalomkutatásban, Kolozsvári Egyetemi Kiadó.
5. Majoros Pál (2010). A kutatómódszertan alapjai: tanácsok, tippek, trükkök: nem csak szakdolgozat-íróknak. Perfékt kiadó, Budapest.
6. Malhotra, Naresh (2001): Marketingkutatás. Akadémiai Kiadó, Budapest.
7. Rudas Tamás (2006): Közvélemény-kutatás. Értelmezés és kritika, Corvina Könyvkiadó, Budapest.
8. Veres, Z., M. Hoffmann, and Á. Kozák (2006): Bevezetés a piackutatásba, Budapest: Akadémiai Kiadó (2006): 40-49.

8.2 Szeminárium / Labor	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
Bevezetés a turizmusban alkalmazott kutatómódszertanba	csoportbeszélgetések, referátumok, tutorial papers	
Adatforrások	csoportbeszélgetések, referátumok, tutorial papers	
Kutatódesign a turizmusban. A kutatóterv készítésének lépései.	csoportbeszélgetések, referátumok, tutorial papers	
Másodlagos adatforrások használata.	csoportbeszélgetések, referátumok, tutorial papers	
Kutatói probléma megfogalmazása, konceptualizálás, hipotézisek, Operacionalizálás	csoportbeszélgetések, referátumok, tutorial papers	
Megbízhatóság és érvényesség. Skálátípusok, mérési szintek. Kérdéstípusok	csoportbeszélgetések, referátumok, tutorial papers	
Kérdőív módszere. Tipikus hibaforrások, kérdőív szerkesztési technikák	csoportbeszélgetések, referátumok, tutorial papers	
Fókuszcsoportok szervezése, a moderátor szerepe	csoportbeszélgetések, referátumok, tutorial papers	
Mentális térképezés	csoportbeszélgetések, referátumok, tutorial papers	
Kutatói tervek összeállítása	csoportbeszélgetések, referátumok, tutorial papers	
Kutatói tervek bemutatása	csoportbeszélgetések, referátumok, tutorial papers	

Értékelés	csoportheszélgetések, referátumok, tutorial papers	
Könyvészet: <ol style="list-style-type: none"> 1. Batár Zsolt, Letenyey László (2002): Településközi (city-to-city) kapcsolatok vizsgálata. A "network analysis" alkalmazása a regionális tervezésben. Falu Város Régió 2002/8 2. Csata Zsombor – Pásztor Gyöngyi (2015). Összehasonlító régiótanulmány a vidéki turizmusra és a foglalkoztatottságra vonatkozóan Bihar és Kovászna megyében. OTP Consulting, Csíkszereda. 3. Fischer, Gábor (2001). Hihetünk-e a közvélemény-kutatásoknak?: hogyan készülnek, és mennyire pontosak a közvélemény-kutatások. Bagolyvár. 4. Heltai Erzsébet - Tarjányi József (1999): A szociológiai interjú készítése. Társi, Budapest. 5. Kiss, Tamás et al. (2013). Szekelyfoldi Turisztikai Régió?: Kerdoives Fokuszcsoportos Es Statisztikai Vizsgálat a Szekelyfoldi Turizmusrol (Vol. 1). Editura ISPMN 6. Kitzinger, Jenny (2004): Bevezetés a fókuszcsoportos vizsgálatba. In. Letenyey László (szerk) Településkutatás Szöveggyűjtemény. L'Harmattan Kiadó, Budapest 7. Kóródi Márta et al. (2011) Turizmus kutatások módszertana. Pécsi Tudományegyetem 8. Letenyey László (2000) Regionális gazdasági hálózatok. A kapcsolatháló elemzés alkalmazásának lehetőségei a regionális fejlesztésben. Falu Város Régió 2000/7 9. Magyar Tivadar (2005): Adatfelvételi módszerek a társadalomkutatásban, Kolozsvári Egyetemi Kiadó. 10. Majoros Pál (2010). A kutatómódszertan alapjai: tanácsok, tippek, trükkök: nem csak szakdolgozat-íróknak. Perfekt kiadó, Budapest. 11. Malhotra, Naresh (2001): Marketingkutatás. Akadémiai Kiadó, Budapest. 12. Rudas Tamás (2006): Közvélemény-kutatás. Értelmezés és kritika, Corvina Könyvkiadó, Budapest. 13. Veres, Z., M. Hoffmann, and Á. Kozák (2006): Bevezetés a piackutatásba, Budapest: Akadémiai Kiadó (2006): 40-49. 		

9. Az epiztemikus közösségek képviselői, a szakmai egyesületek és a szakterület reprezentatív munkáltatói elvárásainak összhangba hozása a tantárgy tartalmával.

•

10. Értékelés

Tevékenység típusa	10.1 Értékelési kritériumok	10.2 Értékelési módszerek	10.3 Aránya a végső jegyben
10.4 Előadás	Írásbeli vizsga, alapfogalmak ismerete, módszerek alapvető jellemzőinek felsorolása	teszt kitöltése	70%
10.5 Szeminárium / Labor	egy kutatási terv elkészítése a szemináriumon megtárgyalt paraméterek szerint – a szemináriumi jegy 70 százalékában a szemináriumon való aktív részvétel, ami a megjelenésen túlmenően a szemináriumi feladatok elkészítését is jelenti – a szemináriumi jegy 30 százalékában	Kutatási terv leadása, bemutatás	30%
10.6 A teljesítmény minimumkövetelményei			
<ul style="list-style-type: none"> • Az írásbeli vizsgán legalább 4,50 elérése, ebből 1 hivatalból. 			

Kitöltés dátuma:

2022.04.14

Előadás felelőse

.....

Csata Zsombor

Szeminárium felelőse

.....

Csata Zsombor

Az intézeti jóváhagyás dátuma:

2022.04.22

Intézetigazgató

.....