

ANALIZA I KREOWANIE TRENDÓW

ROK AKADEMICKI 2018/2019

Q&A



PRZYGOTOWANE PRZEZ:

ANALIZA I KREOWANIE TRENDÓW

O KIERUNKU:



CZYM JEST KIERUNEK INTERDYSCYPLINARNY?

Kierunek interdyscyplinarny jest odpowiedzią na wymagania współczesnego rynku pracy, który oczekuje od ludzi elastyczności i wszechstronności. Analiza i kreowanie trendów jest odpowiedzią na te potrzeby. Jest to kierunek pozwalający na zdobywanie wiedzy i umiejętności z różnych dziedzin – ekonomii, filozofii, socjologii oraz informatologii – dzięki czemu można bardziej całościowo patrzeć na świat.

O KIERUNKU:

PO CO MI EKONOMIA/ FILOZOFIA/
SOCJOLOGIA/INFORMATOLOGIA?

Każda z tych dziedzin dostarcza różnych umiejętności a także pozwala zdobyć wiedzę umożliwiającą szersze spojrzenie na świat.

Dzięki ekonomii m.in. :

- ❖ Dowiesz się jak skutecznie kreować wizerunek marki i układać strategię promocyjną;
- ❖ Nauczysz się analizować rynek, badać potrzeby konsumentów oraz opracowywać strategię rozwoju;
- ❖ Poznasz podstawy marketingu oraz uwarunkowania zachowań konsumentów;

Dzięki filozofii m.in. :

- ❖ Dowiesz się więcej o kulturze i jej wpływie na człowieka;
- ❖ Nauczysz się krytycznego oraz abstrakcyjnego myślenia;
- ❖ Poznasz metodę Design Thinking oraz istotę innowacyjności;

Dzięki socjologii m.in. :

- ❖ Dowiesz się jak opracowywać badania socjologiczne a także analizować ich wyniki
- ❖ Nauczysz się zauważać motywacje kryjące się za zachowaniami ludzi w społeczeństwie;
- ❖ Poznasz różne koncepcje struktury społecznej oraz charakterystykę społeczeństwa konsumpcyjnego;

Dzięki informatologii m.in. :

- ❖ Dowiesz się jakie relacje zachodzą między człowiekiem a informacją;
- ❖ Nauczysz się różnych metod wyszukiwania informacji i zarządzania nią;
- ❖ Poznasz zachowania człowieka względem informacji oraz bariery, na które napotyka podczas kontaktu z nią;

O KIERUNKU:

CZYM RÓŻNI SIĘ ANALIZA I KREOWANIE TRENDÓW OD INNYCH STUDIÓW? DLACZEGO POWINIENEM WYBRAĆ AKURAT TEN KIERUNEK?



Analizę i kreowanie trendów wyróżnia przede wszystkim innowacyjność, interdyscyplinarność oraz praktyczność. Jaką treść niosą te hasła?

Interdyscyplinarność – ponieważ łączy wiele dziedzin i bierze z nich to co najistotniejsze. Będąc studentem Analizy, jesteś tak naprawdę studentem trzech różnych wydziałów – Wydziału Nauk Ekonomicznych, Wydział Nauk Społecznych i Wydziału Humanistycznego.

Innowacyjność – ponieważ interesuje nas przyszłość i to, co nieoczywiste. Studiując na Analizie, uczysz się zauważać zmiany w swoim otoczeniu i przewidywać możliwe ich skutki, zanim one nadejdą.

Praktyczność – ponieważ poświęcamy wiele uwagi na rozwój praktycznych umiejętności. Rozwój praktycznych umiejętności możliwy jest między innymi dzięki obecności w programie studiów zajęć o charakterze warsztatowym.

TRENDY – A CO TO W OGÓLE JEST?

CZYMSĄ TRENDY?



Trendy są to względnie trwałe zmiany na świecie, które wpływają na sposób myślenia ludzi. Są to zmiany zwłaszcza w kontekście wartości i potrzeb. Trendy nie są przelotne jak moda, lecz trwają, manifestując się w przeróżny sposób. Zauważalnymi obecnie trendami są chociażby ekonomia doświadczeń czy personalizacja.

TRENDY – A CO TO W OGÓLE JEST?

O JAKICH TRENDACH JEST MOWA?

O trendach różnego rodzaju – zarówno tych społecznych, technologicznych, gospodarczych jak i demograficznych czy środowiskowych. Niektóre z trendów przejawiają się w wielu sferach życia człowieka, jak np. personalizacja, która zauważalna jest w oczekiwaniach ludzi zarówno w sferze ekonomicznej jak i edukacyjnej.

TRENDY – A CO TO W OGÓLE JEST?



Analiza trendów, tzw. trendwatching, opiera się w głównej mierze na badaniach jakościowych; jest to zauważanie przejawów zmian już w ich wczesnej fazie rozwoju, na przykład pojawienia się nowinki technicznej, przez wzrost jej znaczenia, aż po jej pojawienie się w kulturze popularnej czy w ogólnej świadomości ludzi.

NA CZYM POLEGA ANALIZA TRENDÓW?

TRENDY – A CO TO W OGÓLE JEST?



CZY MA TO ZASTOSOWANIE W PRAKTYCE?

Badanie trendów pozwala na zauważenie pewnych zjawisk również we wczesnym etapie ich rozwoju – dzięki czemu można m.in. tworzyć bardziej skuteczne strategie biznesowe i zdobywać w ten sposób przewagę konkurencyjną a także przygotować się na potencjalne zmiany w przyszłości. Śledzenie trendów pozwala również na określenie zarówno obecnych potrzeb konsumentów, jak i tych które mogą pojawić się w przyszłości. Badanie trendów to patrzenie na przeszłość i teraźniejszość, po to, by poznać przyszłość.

DZIAŁALNOŚĆ:

CZY KREUJECIE DLA SZTUKI, CZY MACIE
REALNY WPŁYW NA STAN RZECZY?

Analiza i kreowanie trendów to studia, które nie mają wyłącznie charakteru teoretycznego. Naszym celem jest wyposażenie studentów w narzędzia, które pomagają zmieniać rzeczywistość. Uczymy studentów rozumienia rzeczywistości, ale również pokazujemy, w jaki sposób mogą ją kreować. Dużą część programu studiów zajmują warsztaty, na których uczymy rzeczy praktycznych.

DZIAŁALNOŚĆ:



Podstawowym narzędziem projektowania na Analizie i kreowaniu trendów jest Design Thinking. Metodyka Design Thinking pozwala w sposób najbardziej efektywny i interesujący projektować nie tylko produkty i usługi, ale stanowi skuteczne narzędzie zarządzania zespołami. W projektowaniu skupiamy się na dwóch rzeczach: pracujemy zespołowo i projektujemy koncentrując się na rzeczywistych potrzebach człowieka.

JAK PROJEKTUJECIE?

DZIAŁALNOŚĆ:

JAKIE TO MA WYKORZYSTANIE PRAKTYCZNE?

Wiedza i umiejętności, które zdobywa się na kierunku Analiza i kreowanie trendów są niezbędne, żeby skutecznie wpływać na rzeczywistość. Metodę Design Thinking sukcesem wykorzystują największe światowe firmy, takie jak Ikea, Apple, czy Shimano. Umiejętność sensownego i zaplanowanego działania oraz zdolność pracy w zespołach stanowią współcześnie wyróżnik innowacyjności. Stanowią również miarę skuteczności firm i instytucji. Wiedza i umiejętności w zakresie Design Thinking, którą przekazujemy na Analizie i kreowaniu trendów, w naszej opinii, pozwalają skutecznie projektować wszystkie działania, które zapewniają możliwość osiągnięcia przewagi w każdej płaszczyźnie działania.

DLA KOGO?



Nie stanowi to problemu. Kreatywność nie jest warunkiem koniecznym do studiowania Analizy i kreowania trendów, na tym kierunku przydaje się wiele innych zdolności, jak np. zdolność do analitycznego myślenia. Jeśli jednak posiadasz pewne pokłady kreatywności, być może uda się je w pełni wyzwolić na Warsztatach Kreatywnego Myślenia – jednym z przedmiotów wchodzących w skład programu studiów Analizy.

**NIE JESTEM ZBYT
KREATYWNY, CZY MIMO TO
SIĘ NADAJĘ?**

DLA KOGO?

STUDIUJĘ JUŻ JEDEN
KIERUNEK/PRACUJĘ – CZY DAM RADE
POŁĄCZYĆ TO ZE STUDIOWANIEM
ANALIZY I KREOWANIA TRENDÓW?

Oczywiście. Wiele obecnych studentów Analizy pracuje lub studiuje już jakiś kierunek. Praca oraz drugi kierunek są jednymi z podstaw do ubiegania się o Indywidualną Organizację Studiów. Wystarczy złożyć podanie a połączenie tych dwóch obowiązków stanie się łatwiejsze. Student z przyznanym IOS-em ma prawo do indywidualnego ustalania z prowadzącym zajęcia terminów czy formy zaliczenia przedmiotu, ma też prawo do nieco ulgowego podejścia do nieobecności.

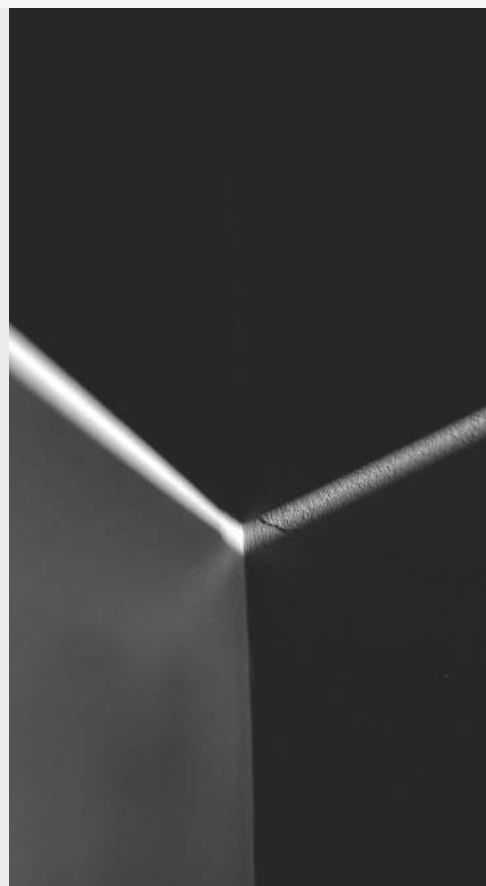
ZATRUDNIENIE:

Gdzie mogę pracować po skończeniu studiów?

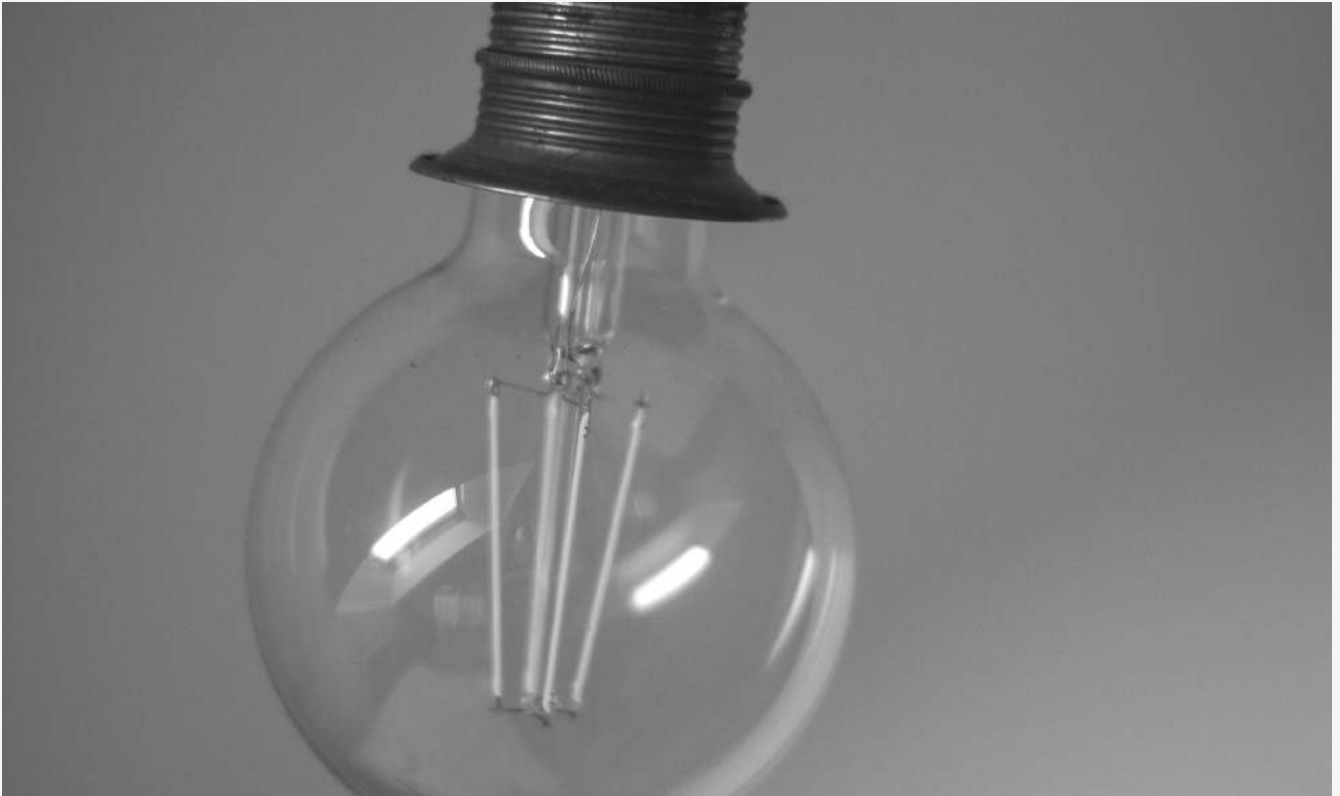
Studia na Analizie i kreowaniu trendów dostarczają podstaw do pracy w wielu różnych branżach, mogą to być zarówno działy kreatywne czy działy wdrożeniowe nowych produktów. Możliwa jest również praca w agencjach marketingowych, jednostkach badawczych a także rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej.

GDZIE ODBYWAJĄ SIĘ PRAKTYKI?

Praktyki można odbyć w instytucjach kultury, organizacjach pożytku publicznego, wydawnictwach i środkach masowe przekazu, instytucjami pracującymi nad pozyskiwaniem funduszy unijnych. Możliwe jest również zaliczenie praktyk w ramach podejmowania aktywności wewnątrz uczelni, jak np. współpraca przy projektach inicjowanych przez Instytut Filozofii.



NA KONIEC:



CZY PROJEKTUJECIE UBRANIA?

Zła wiadomość dla osób zainteresowanych pracą projektanta mody – niestety, nie projektujemy ubrań, nie nauczysz się z nami dobierać materiałów ani rysować szkiców modowych. Należy jednak dodać, że trendy są zauważalne również w tej sferze, np. No-Brand czy świadoma konsumpcja, nie pozostają obojętne dla świata mody i warto je wziąć pod uwagę planując swoją następną kolekcję. ;)



WWW.UWM.EDU.PL/TRENDY

WWW.FACEBOOK.COM/ANALIZAIKREOWANIETRENDOW