

---

# ANALIZA I KREOWANIE TRENDÓW

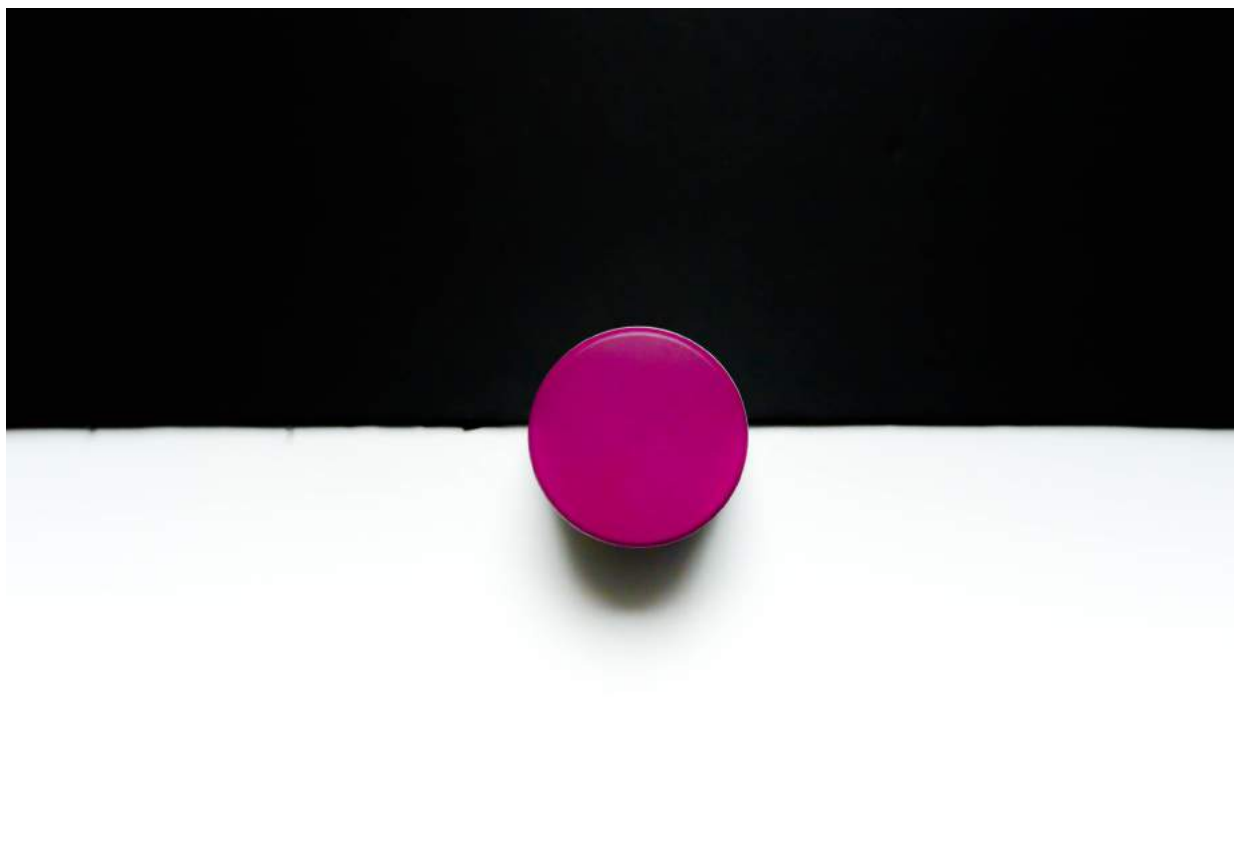
PROGRAM STUDIÓW II STOPNIA

OPRACOWANIE: AIKT

---

---

# INTERDYSCYPLINARNOŚĆ I PRAKTYCZNOŚĆ



Analiza i kreowanie trendów to studia interdyscyplinarne i innowacyjne. Program studiów został przygotowany w taki sposób, by dostarczyć rzetelnej wiedzy i konkretnych umiejętności w zakresie analizy trendów oraz ich praktycznego wykorzystania. Dodatkowo program kształcenia ma pomóc w zrozumieniu wszystkich zjawisk i procesów towarzyszących trendom.

Koncepcja kształcenia kładzie nacisk na łączenie wiedzy teoretycznej z praktycznymi sposobami zdobywania i wykorzystywania umiejętności i kompetencji. Dlatego oprócz przedmiotów teoretycznych program kształcenia zawiera znaczącą liczbę zajęć warsztatowych.

Obok wiedzy z zakresu filozofii, ekonomii i socjologii oferujemy kształcenie praktyczne w zakresie sprawnej komunikacji, technik kreatywnych, autoprezentacji, pracy zespołowej oraz pracy projektowej.

Program kształcenia opracowano przy wykorzystaniu metodyki design thinking w interdyscyplinarnym zespole złożonym z pracowników naukowych, studentów oraz osób i instytucji zewnętrznych współpracujących z kierunkiem.

---

# TRENDY

1. ANALIZA TRENDÓW
2. NOWE TRENDY W KULTURZE
3. NOWE TRENDY W EKONOMII
4. NOWE TRENDY SPOŁECZNE  
I DEMOGRAFICZNE
5. KOMPETENCJE I ZAWODY  
PRZYSZŁOŚCI
6. TRENDY W PRODUKCJI ŻYWNOSCI  
I ŻYWIENIU
7. TRENDY EDUKACYJNE Z ELEMENTAMI  
TUTORINGU
8. MIASTA PRZYSZŁOŚCI
9. PROJEKTOWANIE MOBILNOŚCI  
I PRZESTRZENI ŻYCIOWEJ CZŁOWIEKA

# FILOZOFIA I NAUKI HUMANISTYCZNE



1. FILOZOFICZNE KONCEPCJE ZMIANY
2. CZŁOWIEK PRZYSZŁOŚCI
3. ANTROPOLOGIA TECHNOLOGII
4. FUTUROLOGIA I FUTURYSTYKA
5. WARTOŚCI I PROBLEMY ETYCZNE  
WSPÓŁCZESNYCH PRZEMIAN
6. FILOZOFIA WSPÓŁCZESNA –  
WYBRANE TEORIE
7. FILOZOFICZNE I SOCJOLOGICZNE  
ASPEKTY WIZUALNOŚCI
8. KOMUNIKACJA I ETYKA W RELACJACH  
MIĘDZYKULTUROWYCH
9. SYMULACJA NIEMOŻLIWEGO
10. WIZUALNE I SEMIOTYCZNE  
PODSTAWY KOMUNIKACJI

# EKONOMIA I SOCJOLOGIA

1. INTERDYSCYPLINARNE ASPEKTY  
EKONOMII
2. FALOWANIE AKTYWNOŚCI  
GOSPODARCZEJ
3. ROZWÓJ REGIONALNY
4. EKONOMIA BEHAWIORALNA
5. E-BIZNES
6. TWORZENIE MODELI BIZNESOWYCH
7. ZARZĄDZANIE PROJEKTEM
8. MARKETING SPOŁECZNIE  
ZAANGAŻOWANY
9. MARKETING MIEJSC
10. BADANIA JAKOŚCIOWE W PRAKTYCE
11. CYBERSOCJOLOGIA
12. ETNOLOGIA I KOMUNIKACJA  
MIĘDZYPOKOLENIOWA



# PRZEDMIOTY UZUPEŁNIAJĄCE

1. WSPÓŁCZESNE KONCEPCJE  
I SCENARIUSZE ROZWOJU  
SPOŁECZNEGO
2. UWARUNKOWANIA I KIERUNKI  
PROCESÓW DZIELENIA SIĘ WIEDZĄ
3. KRYTYCZNA ANALIZA DANYCH  
I TREŚCI SIECIOWYCH
4. DESIGN
5. ETYCZNE I SPOŁECZNE ZAGADNIENIA  
DESIGN SPEKULATYWNEGO
6. ZARZĄDZANIE HYBRYDOWOŚCIĄ
7. SURVIVAL SPOŁECZNY



# WARSZTATY

1. METODY I NARZĘDZIA W ANALIZIE TRENDÓW
2. PROJEKTOWANIE USŁUG
3. PRZETWARZANIE DANYCH W ANALIZIE TRENDÓW
4. KOMUNIKACJA INTERPERSONALNA I GRUPOWA
5. TECHNOLOGIE PRACY UMYŚŁOWEJ
6. MYŚLENIE PROJEKTOWE (DESIGN THINKING)
7. ZARZĄDZANIE MAŁĄ FIRMĄ
8. PRAKTYCZNA ANALIZA TRENDÓW
9. PROJEKTOWANIE SPOŁECZNE
10. KULTURA PRACY ZESPOŁOWEJ
11. ZARZĄDZANIE NOWYMI MEDIAMI I KOMUNIKACJĄ CYFROWĄ
12. PRAKTYKA WYSTĄPIEŃ PUBLICZNYCH

# MASZ PYTANIA?

[WWW.UWM.EDU.PL/TRENDY](http://WWW.UWM.EDU.PL/TRENDY)

[WWW.FACEBOOK.COM/ANALIZAIKREOWANIETRENDOW](https://WWW.FACEBOOK.COM/ANALIZAIKREOWANIETRENDOW)

MAIL: [TRENDY@UWM.EDU.PL](mailto:TRENDY@UWM.EDU.PL)

GRZESZTYN 2019

