



ABC analizy i kreowania trendów 2021



#analiza
#burzamoszgow
#czarnylabeledz

#designthinking
#empatyzacja
#futuresstudies

#glokalizm
#hybrydyzacja
#insight



#jam
#kreatywnosc
#logika

STUDIA DOBRZE
ZAPROJEKTOWANE

**analiza
i kreowanie trendów**

#laczenie
#megatrendy
#newnormal
#otwartosc

#projektowanie
#rzeczozmeczenie
#synergia
#testowanie

#uzytecznosc
#virtualreality
#xyzgeneration
#zerowaste



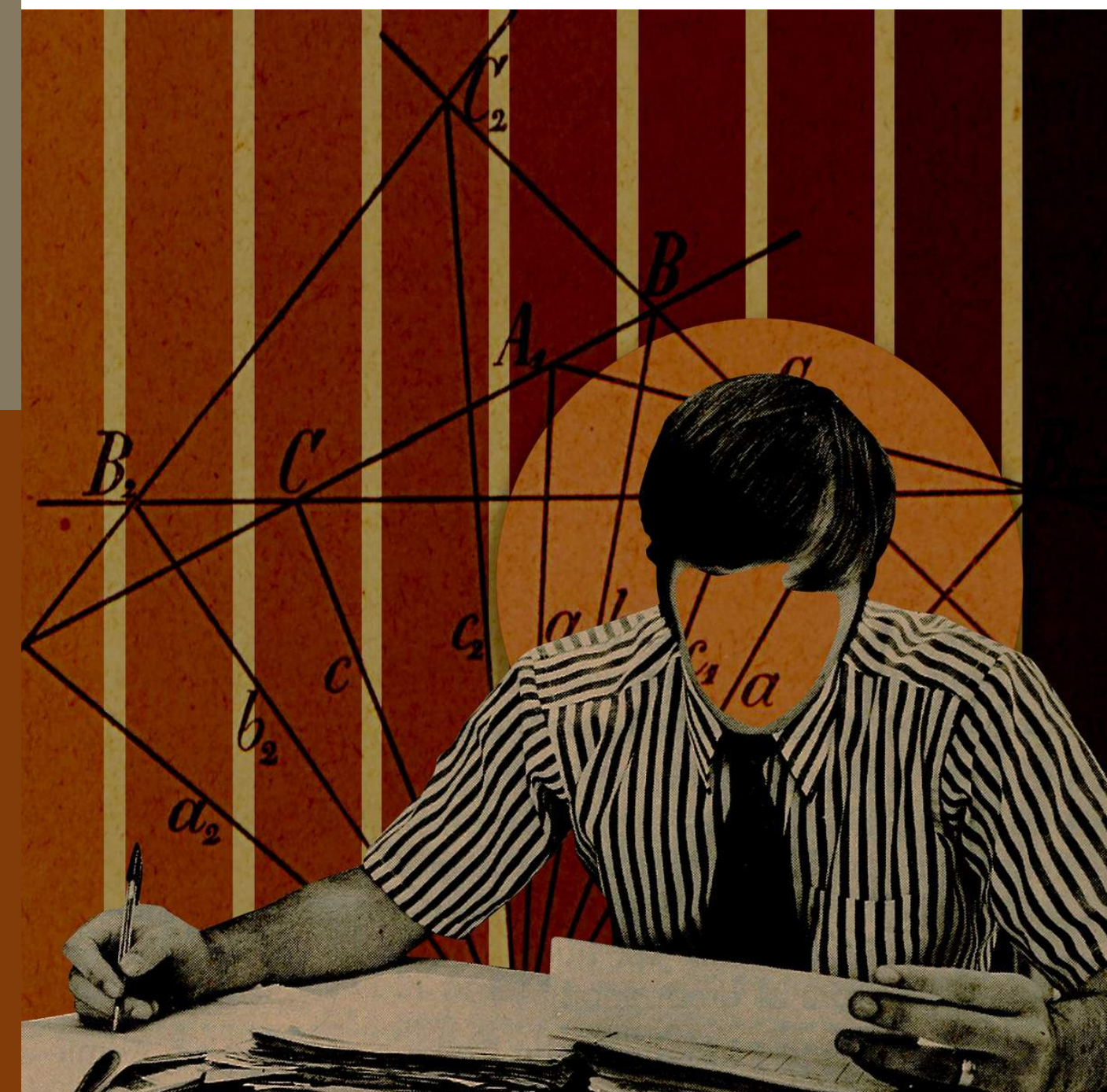
A jak ANALIZA

CHCIAŁBYŚ WIEDZIEĆ, CO ANALIZUJEMY?

Najogólniej rzecz biorąc, analizujemy zmiany widoczne w potrzebach i zachowaniach ludzi. Badamy trendy, zjawiska kulturowe i społeczne, procesy gospodarcze, demograficzne i technologiczne.

Jak analizujemy? Uczymy metod ilościowych i jakościowych, uczymy także unikalnych metod analizowania trendów.

Po co analizujemy? Dzięki analizie zjawiska złożone daje się szerzej i głębiej rozumieć. Uczymy również jak wykorzystać tę wiedzę praktycznie, np. w różnego rodzaju zespołowo projektowanych rozwiązaniach.





Tego, czym jest burza mózgów, zwykle nie trzeba tłumaczyć. Jest ona jedną z popularniejszych technik kreatywnego myślenia, znajdującą wiele zastosowań i mającą dziś wiele odmian.

Dlaczego ją wykorzystujemy? Po pierwsze, dlatego, iż uważamy, że jednym z ważniejszych celów studiów jest umiejętność kreatywnego myślenia i rozwiązywania problemów, a tej można się nauczyć. Po drugie, podczas zajęć w zespołach burza mózgów okazuje się świetnym sposobem pozwalającym wygenerować ogromną liczbę pomysłów lub skojarzeń.

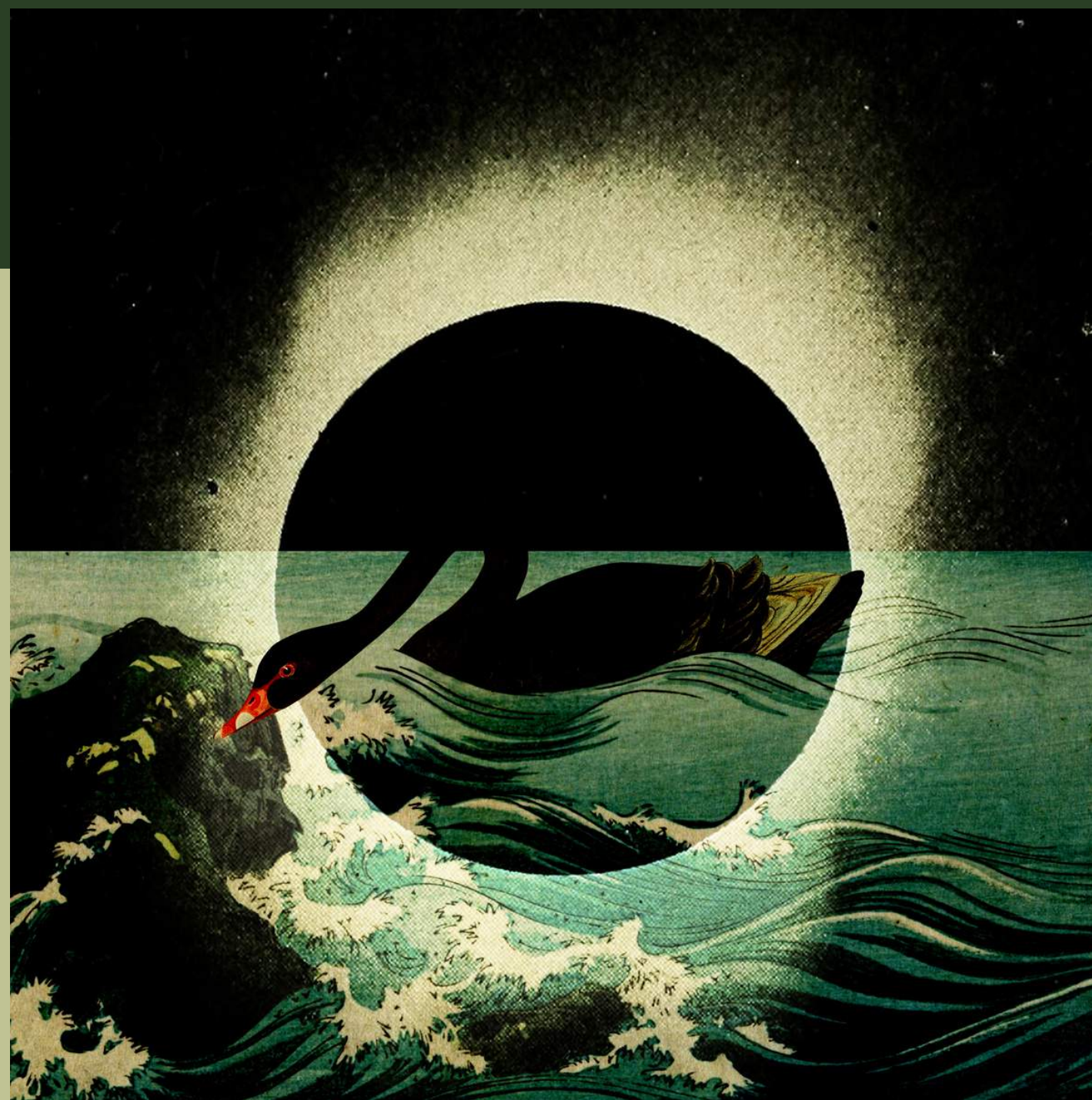
Kiedy ją stosujemy? Wtedy gdy poszukujemy pomysłów rozwiązań podczas procesów projektowych.

Jak jej uczyliśmy? W programie studiów znajduje się przedmiot, podczas którego można poznać i przećwiczyć tę i inne metody kreatywnego myślenia. Na studiach uczyliśmy również praktycznego wykorzystania tych metod podczas tworzenia innowacyjnych rozwiązań produktów i usług.

B JAK BURZA MÓZGÓW



C jak CZARNY ŁABĘDŹ



ZASTANAWIALIŚCIE SIĘ JAK ROZUMIEMY FAKTYCZNE ORAZ MOŻLIWE ZMIANY?

Jednych się spodziewaliśmy i byliśmy na nie przygotowani, inne nas zaskakują i trudno nam wyjaśnić zarówno przyczynę ich wystąpienia, jak i możliwe następstwa.

Czym wśród wielu zmian, z jakimi się stykamy, są Czarne Łabędzie? W tym metaforycznym określeniu Nassima Taleba zawiera się ich nietypowość, ponieważ są niezgodne z naszymi oczekiwaniami.

Drastycznie zmieniają porządek rzeczywistości i sprawiają, że staramy się poznać i wyjaśnić mechanizmy, które do tego doprowadziły. Krótko mówiąc, wśród wielu różnorodnych zmian Czarne Łabędzie są zawsze czymś trudno przewidywalnym, zagadkowym, a jednocześnie gdy już się pojawią, mającym ogromny wpływ na nasze życie.

Dlaczego zajmujemy się analizą i interpretacją zmian, również takich, które określa się mianem Czarnych Łabędzi? Tego rodzaju wiedzę oraz umiejętność jej wykorzystania traktujemy jako niezbędne w radzeniu sobie z przyszłością, jej rozumieniem i projektowaniem.

Jak poznać przyszłość? Po pierwsze, wiele sygnałów przyszłych zmian widać już dziś, tylko potrzebujemy umiejętności ich wyławiania.

Po drugie, na studiach nie uczymy przewidywania przyszłości, lecz pokazujemy jak myśleć o niej opcjami, czyli dostrzegać możliwe ścieżki i scenariusze rozwoju. Po trzecie, pokazujemy jak praktycznie wykorzystać tę wiedzę.



CO CHCEMY OSIĄGNAĆ?

Każde studia mają to coś, co je wyróżnia, daje unikalne umiejętności, wiedzę i wpływa na rozwijane kompetencje. Często jesteśmy pytani o to, co właściwie robimy i czego uczymy na analizie i kreowaniu trendów? Trudno odpowiedzieć na to jednym zdaniem, możemy jednak przedstawić to, co odróżnia te studia od innych.

Jakich umiejętności chcemy nauczyć? Takich, które umożliwiają praktyczne zastosowanie zdobywanej wiedzy. Jedną z metod działania, której uczymy podczas studiów, jest design thinking, czyli myślenie projektowe.

Tim Brown, jej współtwórca napisał kiedyś, że „misja design thinking polega na przekładaniu obserwacji na zrozumienie, a zrozumienia na produkty i usługi, które uczynią nasze życie lepszym”.

Jak uczymy design thinking? Robimy to praktycznie, a to znaczy, że studenci w zespołach pracują nad konkretnymi projektami przygotowywanymi dla klientów i poznają proces biorąc w nim czynny udział. Przechodzą wszystkie jego etapy i tworzą finalne rozwiązanie.

Jakie efekty udaje się osiągnąć dzięki design thinking? Wynikiem zastosowania tej metody są gotowe rozwiązania usługowe i produktowe, takie, które powstają w wyniku poznania i zrozumienia potrzeb i doświadczeń ich odbiorców.



D jak Design Thinking

E jak EMPATYZACJA



Z SERCEM NA DLONI

Czy na analizie i kreowaniu trendów uczymy empatii?

W pewnym sensie tak. Uczymy jak w praktyce poznawać i rozumieć potrzeby oraz zachowania ludzi. Koncentrujemy się na ich doświadczeniach i związanych z nimi emocjach.

Czym jest empatyzacja?

To jeden z etapów procesu design thinking. Uczymy go i wykorzystujemy przy tworzeniu rozwiązań produktów i usług. Zdobywanie wiedzy o przeżyciach i doświadczeniach ludzi jest warunkiem poznania i zrozumienia ich potrzeb. Jest też ono niezbędne do tego by określić problem wymagający rozwiązania. Dopiero potem można poszukiwać pomysłów jak to zrobić.

Jak przeprowadzić empatyzację?

To dość złożony proces. Używamy w nim wielu metod i narzędzi, np. obserwujemy faktyczne zachowania osób, badamy ich relacje, rozmawiamy z nimi, przeszukujemy sieć, sięgamy do różnych źródeł informacji, analizujemy trendy i inne zmiany towarzyszące, mapujemy doświadczenia i emocje, tworzymy profile użytkowników i wiele innych. Wszystko po to, by zdobyć wszechstronną wiedzę zanim zaczniemy tworzyć właściwe rozwiązania.





CZY MOŻNA BADAĆ PRZYSZŁOŚĆ?

Tak. Takie studia w niczym nie przypominają jednak praktyk kojarzących się z paranauką, a zatem nie wróżymy, nie układamy kart tarota, nie snujemy domysłów, nie odwołujemy się do wiary, nie praktykujemy magii.

Czym są studia nad przyszłością? To zbiór podejść badawczych kilku dyscyplin naukowych mających na celu analizowanie aktualnych zmian i wskazywanie możliwości pojawienia się w przyszłości ich odmiennych układów. Tego rodzaju badania obejmują głównie zjawiska społeczne, gospodarcze, technologiczne, środowiskowe i kulturowe, zaś analizowanie różnych alternatywnych scenariuszy tych zmian wskazuje to, na co powinniśmy być przygotowani.

Po co badać przyszłość? Analizowanie przyszłych zmian daje przede wszystkim wiedzę o tym, czego się spodziewać. Ma jednak jeszcze inne zastosowania. Jest sposobem rozumienia teraźniejszości, gdyż wiele sygnałów przyszłych zmian jest już obecnych, wymagają one jednak uchwycenia i dokładniejszego rozpoznania. Są ważne, ponieważ łączą się z naszymi potrzebami i zachowaniami, mają więc praktyczne znaczenie i wpływają na decyzje i działania ludzi.

Jak wykorzystać tę wiedzę? Żyjemy w świecie, który sami sobie tworzymy. Studia nad przyszłością pozwalają szerzej poznać i zrozumieć istotę oraz możliwe konsekwencje naszego działania w wielu przenikających się dziedzinach życia. Znajomość możliwych scenariuszy przyszłości pozwala nam planować rozwój i projektować konkretne rozwiązania, ostrzegać przed dostrzeżonymi zagrożeniami i zapobiegać ich następstwom, budować zarówno długofalowe strategie rozwoju, jak również poznać i zrozumieć to, czego pragną ludzie.



F jak FUTURES STUDIES

G jak GLOKALIZM

JAK SIĘ NIE ZGUBIĆ W WIELU RÓŻNORODNYCH ZMIANACH DOŚWIADCZANYCH NA CO DZIEN?

Na studiach na analizie i kreowaniu trendów uczymy posługiwania się wieloma metodami oraz narzędziami by poznawać, rozumieć i wykorzystywać zmiany zachodzące na naszych oczach. Zarówno te, które mają największy zasięg, jak również takie, które zachodzą w naszym najbliższym otoczeniu.

Jak zmiany wpływają na nas? Żyjemy w świecie zglobalizowanym, co znaczy, że wiele procesów przebiega w podobny lub identyczny sposób niezależnie od miejsca, w jakim mają miejsce. Wpływają na nasze myślenie i decyzje, wywołują podobne zachowania. Za sprawą globalizacji i technologii komunikacyjnych świat mimo różnorodności skurczył się i w znacznym stopniu ujednolicił.

Czy w zglobalizowanym świecie jest miejsce na lokalność i niepowtarzalność? Tak, ponieważ wiele naszych doświadczeń jest ściśle związanych z miejscem, w którym żyjemy, uczymy się, pracujemy i odpoczywamy. Potrafimy docenić atuty lokalności. Sprawiają one, że lubimy to, co powstaje w określonym miejscu i jest z nim ściśle związane. Lokalna wspólnota, lokalne potrawy, lokalne zwyczaje okazują się niekiedy tak wyjątkowe, że z czasem zyskują ogromną popularność.

Globalność czy lokalność? Oba pojęcie wskazują na dwa ważne kierunki zmian, z jakimi mamy do czynienia. Glokalizm doskonale tłumaczy ich współwystępowanie, a jednocześnie wymaga tego, by rozumieć jak zjawiska o zasięgu ogólnoswiatowym przenikają się z tym co lokalne, regionalne, miejscowe.



H jak HYBRYDYZACJA

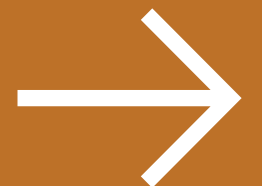
JAK POWSTAJĄ ZMIANY INNOWACYJNE?

Istnieje wiele możliwości tworzenia innowacji. Można udoskonalać istniejące rozwiązania, można również zastępować je całkowicie nowymi. Innymi słowy, można poszukiwać szans na rozwój w tym, czym dysponujemy, lub dokonywać zmian rewolucyjnych, tworząc niemal od zera. Można także poszukiwać możliwości rozwoju starając się łączyć ze sobą rozwiązania, które na pierwszy rzut oka nie mają ze sobą nic wspólnego, jednak próba ich skojarzenia daje zupełnie nowe możliwości. Hybrydyzacja jest kierunkiem i logiką zmian występująca w wielu dziedzinach życia.

Gdzie i po co tworzymy hybrydy? Hybrydy występują w naturze, są nimi np. krzyżówki gatunków zwierząt. Hybrydyzację wykorzystuje się w technologiach, np. w postaci rzeczywistości rozszerzonej (AR), łączącej świat fizyczny z cyber rzeczywistością lub w formie mieszanych napędów integrujących silniki spalinowe i elektryczne. Hybrydujemy nasze ciało, gdy wszczepiamy podzespoły wspomagające pracę poszczególnych narządów, np. rozrusznik serca, lub gdy przywracamy sprawność osobom, które utraciły kończyny przy pomocy zaawansowanych technologicznie protez. Najnowocześniejsze bioniczne protezy mogą być sterowane z poziomu impulsów układu nerwowego. Hybrydyzacja ma również miejsce w sposobach organizacji pracy, gdy z ludźmi ręka w rękę pracują inteligentne roboty.

Czy potrafimy przewidzieć skutki hybrydyzacji? Efekty hybrydyzacji mogą niekiedy zaskakiwać, zarówno pozytywnie jak i negatywnie. Wydaje się, że granice hybrydyzacji tkwią głównie w naszej wyobraźni i dostępnych technologiach. W praktyce jednak hybrydyzowanie rozwiązań tworzy często zupełnie nowe warunki życia i działania. Wymaga często uwzględnienia zupełnie nowych sytuacji i doświadczeń, powstałych w wyniku powiązania elementów pochodzących z zupełnie innych dziedzin rzeczywistości. W przyszłości nasz świat będzie się wypełniał kolejnymi hybrydami, a wraz z nimi będziemy się mierzyć z nowymi wyzwaniem i rozwiązywać wynikające z nich nowe problemy.

Co wspólnego z analizą i kreowaniem trendów ma hybrydyzacja? Studia na analizie koncentrują się na badaniu i rozumieniu aktualnych i przyszłych zmian. Hybrydyzacja jest zaś jednym z dynamiczniejszych trendów, który przeniknął wiele dziedzin życia i działania. Wymaga on od nas wiedzy i umiejętności w celu wykorzystania powstających możliwości i rozwiązania problemów.





Czym są insighty? Gdy prowadzimy badania, których celem jest poznawanie doświadczeń i potrzeb ludzi, znajdujemy zarówno informacje oczekiwane, jak również odkrywamy zupełnie nową, często nieoczywistą wiedzę o tym, czego oczekują lub pragną badani. Insightami mogą być wnioski wyciągane przez badaczy lub obserwacje pozwalające uchwycić to, czego dotąd nie widziano, nie uwzględniano w badaniach i analizach.

Gdzie ich poszukujemy? Insighty odnoszą się do różnych form zmian, mogą mieć związek z zachowaniami ludzi, ich potrzebami i relacjami. Dzięki insightom w zmianach społecznych i gospodarczych udaje się odkrywać zupełnie nowe aspekty i widzieć ich zupełnie nowy kierunek lub charakter.

Do czego wykorzystujemy insighty? W badaniach będących częścią procesów projektowych, których uczymy na analizie i kreowaniu trendów, insighty pozwalają odkryć i zrozumieć więcej niż wynika tylko z dostępnych danych. Insighty wskazują na niezaspokojone potrzeby, nowe sygnały zmian i nowe zjawiska.

W projektowaniu rozwiązań są cenną wskazówką przy tworzeniu innowacji.

I JAK
INSIGHTY



J jak JAM



Jam na analizie i kreowaniu trendów?

Tak! Z udziałem i przy pomocy studentów. Jam, czyli otwarte spotkanie, podczas którego freestylem i wspólnie tworzymy projekty innowacyjnych rozwiązań, jest okazją do bliższego poznania, wspólnego zastanowienia się nad wyzwaniami projektowymi oraz współpracy z naszymi partnerami – Olsztyn Projektuje, a teraz Wasyluk Projektowanie Kreatywne i wieloma innymi.

Czym jest Global Service Jam?

To trzydniowa impreza projektowa o zasięgu światowym, w której uczestniczyliśmy dwukrotnie (2018 i 2019, kolejna nie odbyła się z powodu pandemii). Jej celem jest promowanie współpracy, metodyki design thinking, projektowania usług dedykowanych ważnym problemom społecznym.

Dlaczego dżemuujemy?

Ponieważ uznajemy wartość współpracy i dobrych relacji ze studentami, podobnie jak znaczenie współpracy z otoczeniem: partnerami, sympatykami, ludźmi ciekawymi nowych rozwiązań i chętnymi do dzielenia się własną wiedzą i umiejętnościami. Global Service Jam jest okazją do tworzenia takich relacji i dzielenia się wynikami wspólnej pracy.



K jak KREATYWNOŚĆ

CZYM SĄ KREATYWNE STUDIA?

To studia, które oprócz wiedzy i umiejętności, dają coś więcej - są okazją do tworzenia własnych rozwiązań. My preferujemy rozwiązania powstające w zespołach i będące wynikiem współpracy całej grupy.

Dlaczego analiza i kreowanie trendów są kreatywnymi studiami? Po pierwsze, dlatego że są współtworzone przez samych studentów. Dzięki temu powstał i stale zmienia się ich program. Po drugie, uczą i wymagają technik kreatywnego myślenia, np. by myśleć o tym co jest oraz o tym, co jest tylko możliwe.

Po trzecie, stwarzają okazję do posługiwania się kreatywnym myśleniem podczas tworzenia rozwiązań w trakcie różnych odmian projektowania.



L jak LOGIKA

JAK WYKORZYSTUJEMY LOGIKĘ PODCZAS STUDIÓW NA ANALIZIE I KREOWANIU TRENDÓW?

Uczymy przede wszystkim jak zasady logicznego myślenia wykorzystać w praktyce, a zatem jak unikać błędów formułując myśli, wypowiadając się, podejmując dyskusję.

Jakie znaczenie ma znajomość zasad logicznego myślenia? Tego rodzaju umiejętność pozwala sprawnie się komunikować, ułatwia analizowanie i rozumienie znaczenia różnych informacji. Logika ułatwia także rozumienie zachodzących zmian, gdyż większość z nich wyjaśniamy kierując się regułami logicznego myślenia. Analizowanie przyszłych zmian, które jest myśleniem możliwymi opcjami, także wymaga sprawnego wnioskowania, czyli znajomości logiki.



Ł jak ŁĄCZENIE



Nierozłączni

CO POŁĄCZYLIŚMY W PROGRAMIE STUDIÓW ANALIZY I KREOWANIA TRENDÓW?

Program został zaprojektowany w taki sposób, by nauka łączyła filozofię, ekonomię i socjologię. Sprawia to, że studia na jednym kierunku dają możliwość poznania dyscyplin z trzech różnych wydziałów uczelni: Wydziału Humanistycznego, Wydziału Nauk Ekonomicznych oraz Wydziału Nauk Społecznych. Na nich pracują wykładowcy prowadzący zajęcia, na nich również odbywają się zajęcia. Wśród wielu przedmiotów są również takie, które prowadzą nauczyciele z Wydziału Nauki o Żywności oraz Wydziału Sztuki.

Dlaczego łączymy różne dyscypliny? Poznanie trendów i innych form zmian, jakich doświadczamy na co dzień, wymaga wiedzy i umiejętności z kilku dyscyplin. Badanie oraz praktyczne wykorzystanie trendów wymaga umiejętności równoczesnego analizowania zjawisk społecznych, gospodarczych, kulturowych, środowiskowych i technologicznych. W większość są to zmiany złożone, często również się przenikają, np. zmiany technologiczne wywołują zupełnie nowe zjawiska gospodarcze, społeczne czy kulturowe. Ich poznanie i zrozumienie wymaga interdyscyplinarności.

Jaki efekt daje łączenie kilku dyscyplin wiedzy? Jeżeli popatrzyś na to z perspektywy ich różnorodności, na studiach nie będziesz się nudzić. Chodzisz jednocześnie trzema ścieżkami, które się krzyżują, a takie ich łączenie sprawia, że szerzej i głębiej rozumiesz zmiany. Ucząc się projektowania rozwiązań, uświadamiasz sobie, że zawsze zmieniasz kilka dziedzin rzeczywistości.



M jak MEGATRENDY

CZYM SĄ MEGATRENDY?

Są one najtrwalszymi, wieloletnimi kierunkami zmian zachodzącymi w kluczowych dziedzinach naszej rzeczywistości. Pojawiają się one w gospodarce, technologii, życiu społecznym, kulturze i środowisku naturalnym. Ich skala sprawia, że powszechnie wpływają na nasze zachowania i doświadczenia. Wśród wielu rodzajów zmian megatrendy są silnym nurtem, którym podążają ludzie i organizacje, który wpływa na zachowania, potrzeby, wybory jednostek i społeczeństw oraz który przesądza o kształcie przyszłości.

Jak badać megatrendy? Metod jest wiele, są różnorodne i wynikają z tego, gdzie i w jaki sposób chcemy wykorzystać tę wiedzę. Mogą polegać na obserwacji, gromadzeniu i analizie różnorodnych danych, mogą angażować ekspertów do wspólnego opracowywania diagnoz, budowania strategii rozwoju. Największe z trendów – podobnie jak inne ich rodzaje – zaczynają się od słabych sygnałów zmian. Ich odkrywanie, jak pokazywał John Naisbitt, może być mrówczą pracą, daje jednak możliwość wskazywania kierunków decydujących o przyszłości społeczeństw i całej planety.

Jak wykorzystać znajomość megatrendów? Wiedza o megatrendach to znajomość najważniejszych, globalnych czynników zmian. To także możliwość rozumienia uwarunkowań tego, co dzieje się w mniejszej skali, także lokalnie, w najbliższym środowisku. Tego rodzaju wiedza daje możliwość wyobrażenia sobie jak jesteśmy „zanurzeni” w głównym nurcie zmian oraz jakie możliwości i ograniczenia z tego dla nas wynikają.



N jak NEW NORMAL

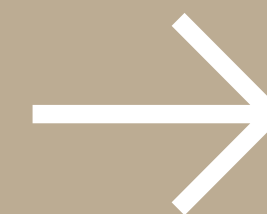
JAK PRZYSTOSOWUJEMY SIĘ DO ZMIAN?

Niektórzy z nas reagują na każdą nowość, inni potrzebują trochę czasu by się z nią oswoić i zaakceptować, jeszcze inni przyjmują nowości z dużym oporem i stopniowo, zaś niewielka grupa nie akceptuje ich nigdy lub robi to tylko z konieczności. Taki proces da się zbadać i opisać przy pomocy modelu, np. dyfuzji innowacji. Podobnie rozpowszechniają się i żyją trendy.

Hasło „new normal” wskazuje na istotę zmiany wywołanej innowacjami i trendami.

Co wynika z upowszechniania się trendów? Zwykle to co w nich nowe zyskuje rosnącą grupę zwolenników i z czasem zaczyna wyznaczać pewną normę lub standard, akceptowany sposób myślenia i działania większości ludzi. Upowszechnia się on jako potrzeba wymagająca zaspokojenia, jako decyzje i zachowania z nią związane.

Jak poznać i zrozumieć ten proces? Podczas studiów na analizie i kreowaniu trendów uczymy jak badać potrzeby, ich źródła, sposoby zaspokajania i ich konsekwencje. Uczymy także jak badać zachowania ludzi. Warsztatowo ćwiczymy posługiwanie się metodami i narzędziami do analizy trendów oraz projektujemy rozwiązania zgodne z potrzebami użytkowników.



O jak OTWARTOŚĆ



JAKIE ZASADY PRAKTYKUJEMY NA ANALIZIE I KREOWANIU TRENDÓW?

Jest ich kilka. Stawiamy na pracę zespołową i partnerskie relacje, koncentrujemy się na rozwiązywaniu problemów jako sposobie uczenia się, współpracujemy z firmami i organizacjami oraz oceniamy pracę studentów i słuchamy Waszych ocen naszej pracy.

Jednym słowem, w różnych sytuacjach stawiamy na otwartość.

Co w praktyce daje otwartość? W pracy zespołu otwartość sprzyja dobrej atmosferze i skutecznej komunikacji, ułatwia zaangażowanie osób o różnych charakterach i temperamentach. Od początku istnienia kierunku doświadczenia i opinie studentów były i są ważnym źródłem zmian w programie studiów i sposobach pracy. Jesteśmy otwarci na udział studentów we współtworzeniu i doskonaleniu swojego kierunku studiów.

Podczas nauki otwieramy się również na zewnętrznych partnerów: firmy i organizacje, dla których przygotowujemy raporty trendowe, projektujemy usługi. Dzięki temu studenci pracują dla realnych klientów i w rzeczywistych warunkach. Mają również możliwość prezentowania efektów swojej pracy podczas konferencji i spotkań. Dużą część działań promocyjnych kierunku była także efektem pracy i zaangażowania studentów.

Jak poznać wyniki tego co robimy? Efekty naszej wspólnej pracy udostępniamy w internecie. Na stronie analizy i kreowania trendów można znaleźć i pobrać raporty stworzone przez zespoły studenckie i pracowników oraz inne publikacje poświęcone analizie trendów.

<http://uwm.edu.pl/trendy>





Jakie umiejętności dają studia na analizie i kreowaniu trendów? Jest ich wiele, ale jedną z ważniejszych jest umiejętność projektowania rozwiązań w postaci usług oraz projektowania dedykowanego różnym wyzwaniom społecznym.

Jakie znaczenie ma dziś projektowanie? Wiele różnych praktyk pokazało, że istnieją odmienne ścieżki tworzenia produktów i usług oraz rozwiązywania problemów. W takich procesach można kierować się np. możliwie niskimi kosztami, dążeniem do osiągnięcia największych zysków, zdobyciem możliwie dużej liczby klientów. Można także dążyć do jak najlepszego poznania i zrozumienia potrzeb, oczekiwań i doświadczeń ludzi, dla których tworzone są rozwiązania. Można też uwzględniać w projektowaniu wymagania środowiska naturalnego, można tworzyć innowacje na rzecz jego ochrony lub wpływać na pożądane zachowania ludzi. Projektowanie wymaga sporej wiedzy, umiejętności i praktyki. Wszystkie te elementy staramy się połączyć podczas studiów. Żyjemy w świecie zaprojektowanym, a jego jakość wynika w dużej mierze z jakości stworzonych rozwiązań.

Co i jak projektujemy? Podczas studiów możesz poznać praktycznie kilka podejść projektowych. Wykorzystujemy metodykę design thinking dedykowaną service designowi, czyli projektowaniu usług, uczymy zasad projektowania uniwersalnego, nastawionego na likwidowanie barier i optymalizację rozwiązań do możliwości użytkowników. Uczymy również jak połączyć umiejętności projektowe z wiedzą z zakresu analizy trendów i innych zmian.

P JAK
PROJEKTOWANIE



R jak RZECZOMĘCZENIE



Jak trendy wpływają na nasze zachowania i zmieniają nasze potrzeby?

Ten wpływ widać w naszych wyborach, preferencjach i decyzjach. W wyniku tego czegoś pragniemy, uważamy, że pewne rzeczy lub usługi są nam niezbędne, szukamy ich, staramy się je zdobyć i z nich korzystać. Takie sposoby myślenia i zachowania upowszechniają się, nabierają charakteru masowego i stają się wspólne dla dużych grup lub większości ludzi. Trendy odnoszą się wówczas zarówno do sfery indywidualnych potrzeb, jak również do zachowań i relacji społecznych. Od pojedynczych osób i nielicznych użytkowników po coraz liczniejsze grupy osób kupujemy, nabywamy, użytkujemy najróżniejsze dobra. Ich producenci starają się na różne sposoby przyciągnąć naszą uwagę i nakłonić do skorzystania.

Czy nasze potrzeby są niewyczerpane?

Niekoniecznie. Można je wprawdzie tworzyć – i takich jest chyba najwięcej – lecz wśród wielu są też takie, które mają podstawowy charakter. Po prostu musimy je zaspokajać, by żyć. Obok nich pojawiają się nowe, wynikające ze zmian zachodzących wokół nas i z tego, że żyjemy wśród wielu rzeczy. Jednym z efektów ciągłej pogoni za przedmiotami, które wydają się nam niezbędne, jest przesytność nimi. Jak pisze James Wallman, staje się on dla nas problematyczny – posiadanie rzeczy uzależnia, daje krótkotrwałą satysfakcję, nawyk kupowania przypomina nałóg, z którego trudno się wyzwolić. Negatywnym następstwem niekontrolowanej konsumpcji jest rzeczomęczenie. Dziś jednym z trendów zyskujących na znaczeniu jest minimalizm, czyli świadome dążenie do ograniczenia swoich potrzeb i zaspokajania ich w sposób przemyślany, rozważny, odpowiedzialny.

Jaką wiedzę o potrzebach ludzi i tym, jak je zaspokajamy dają studia na analizie i kreowaniu trendów?

Uczymy o tym, co wpływa na nasze potrzeby, jakie zjawiska środowiskowe, społeczne i kulturowe decydują o motywach działania, zachowaniach i wyborach ludzi. Pokazujemy związki między nimi a trendami pojawiającymi się na rynku produktów i usług. Pokazujemy pozytywne i negatywne konsekwencje wywoływane trendami.



NA CZYM POLEGA EFEKT SYNERGII NA ANALIZIE I KREOWANIU TRENDÓW?

Wyobraź sobie, że tworzysz jakieś rozwiązanie. Możesz je opracować samodzielnie, możesz też konsultować się ze specjalistami z innych dziedzin i ich wiedzę starać się wykorzystać w tym, nad czym pracujesz. Możliwa jest także inna ścieżka. Zamiast polegać na wiedzy poszczególnych specjalistów, można stworzyć interdyscyplinarny zespół i w kooperacji osiągnąć więcej niż może dać indywidualna pomoc każdego z nich.

Jakie praktyczne znaczenie ma synergia? Dzięki niej możemy osiągać więcej. Tworzone przez nas rozwiązania mogą być lepiej dopasowane do potrzeb odbiorców, mogą uwzględniać więcej warunków i możliwości, mogą być bardziej innowacyjne i skuteczniejsze od tych, jakie powstają bez efektu synergii.

Jak osiągamy efekt synergii na analizie i kreowaniu trendów? Podczas interdyscyplinarnych studiów studenci mają okazję poznawać wiedzę z kilku dyscyplin: filozofii, ekonomii, socjologii i innych. Mają także okazję uczestniczyć w projektach, w których pracują interdyscyplinarne zespoły. Łącząc wiedzę i doświadczenia z kilku dyscyplin wiedzy, stwarzamy warunki do tego, by każde z poznawanych zjawisk dawało się zrozumieć szerzej i głębiej, a umiejętności zespołu wynikały z tego, że łączy się metody, narzędzia i możliwości tych dyscyplin. Osiągany efekt jest większy od tego, jaki dałyby pojedyncze dyscypliny.



S jak SYNERGIA

T jak TESTOWANIE

CO I OD KIEDY TESTUJEMY NA ANALIZIE I KREOWANIU TRENDÓW?

Od początku istnienia kierunku sprawdzamy jak się na nim studiuje. Co semestr przeprowadzamy ankietę oceniającą, a jej wyniki są ważną informacją o tym, co studenci sądzą o studiach, które wybrali.

Dlaczego testujemy studia na analizie i kreowaniu trendów? Wiemy z doświadczenia, że jakość kształcenia nie zależy tylko od programu studiów, ale wynika głównie z doświadczeń studentów. Uważamy, że jest to tak samo istotne jak oceny i uwagi prowadzących poszczególne przedmioty. Interdyscyplinarne studia to dość złożone przedsięwzięcie, wymagające zarówno dobrze dobranego zespołu, jak również stale weryfikowanego programu kształcenia i sposobów jego realizacji. Dzięki testom studenci kierunku mają wpływ na swoje studia i zmiany, które wprowadzamy.

Jak przeprowadzamy testy? W ankiecie przeprowadzanej na koniec każdego semestru pytamy o to, jakie przedmioty wzbudzały największe zainteresowanie, a jakie były powodem negatywnych doświadczeń i dlaczego. Chcemy się dowiedzieć, co sprawiało studentom trudności i co poprawiliby w programie studiów. Od chwili, gdy trwa zdalne nauczanie, pytamy także o to, jakie praktyki z nim związane warto zmienić. Interesują nas również wszelkie inne spostrzeżenia i uwagi studentów.

Co robimy z wynikami? Wyniki ankiet są ważnym źródłem informacji o koniecznych zmianach, o tym, jakie są oczekiwania i potrzeby studentów oraz o tym, jak moglibyśmy je zaspokajać.

W rezultacie studenci są prosumentami i projektantami swojego kierunku.





Jakie znaczenie ma użyteczność na analizie i kreowaniu trendów? To jedno ze słów, które często i przy różnych okazjach odmieniamy. Powodów jest kilka. Staramy się wspólnie ze studentami tworzyć użyteczne studia – takie, które nie tylko dają wiedzę, lecz również stwarzają okazje do projektowania praktycznych rozwiązań zgodnych z potrzebami ich odbiorców.

Jak tworzyć użyteczne studia? Traktujemy studentów jak użytkowników – zakładając, że studia są dla was, nie tylko uczymy, ale staramy się również poznawać wasze oczekiwania, potrzeby i doświadczenia i reagować na nie. Dążymy do tego, by nauka nie polegała na przyswajaniu głównie „suchej” teorii, lecz angażowała dzięki zadaniom i współpracy z realnymi odbiorcami rozwiązań.

Na czym polegają użyteczne metody? Stosujemy użyteczne metody pracy – stawiamy na pracę zespołową i dobre relacje, bo przyszłe zawody i role zawodowe wymagają takich umiejętności. Stosujemy metody projektowe wymagające umiejętności rozwiązywania problemów i praktycznej weryfikacji rozwiązań, by ocenić czy stworzone są zgodne z potrzebami odbiorców i skuteczne. Uczymy posługiwania się użytecznymi narzędziami, ułatwiający pracę w zespole i wymianę informacji.

Dlaczego analiza i kreowanie trendów są użytecznymi studiami? Są takie z kilku powodów. Ponieważ powstały na podstawie analizy głównych kierunków przyszłych zmian rynku pracy. Ponieważ były tworzone na podstawie wyników badań oczekiwań uczniów szkół średnich, studentów i pracodawców. Ponieważ studenci analizy i kreowania trendów dzielą się z nami swoimi doświadczeniami. Ponieważ wspólnie ze studentami podejmujemy wspólne projekty dedykowane ważnym celom, np. na rzecz transplantologii, rozwoju regionalnej turystyki, rozwoju uczelni oraz służące poprawie jakości studiowania.

U JAK UŻYTECZNOŚĆ



V jak VIRTUAL REALITY



Co wspólnego z wirtualną rzeczywistością ma analiza i kreowanie trendów?

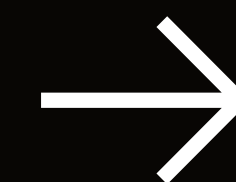
Interesują nas wszystkie kierunki obecnych i przyszłych zmian. Ważne są także te, które dokonują się za sprawą nowoczesnych technologii, m.in. wirtualnej rzeczywistości. Interesujemy się wszystkimi rozwiązaniami immersyjnymi, również rozszerzoną (Augmented Reality) i mieszaną rzeczywistością (Mixed Reality). Każda z nich stwarza zupełnie nowe możliwości rozwoju, dostarcza nowych narzędzi do edukowania, projektowania, prototypowania, sprawnego przemieszczania się, wykorzystania danych w różnych sytuacjach.

Po co zajmować się nowymi technologiami na analizie i kreowaniu trendów?

Żadna z nowych technologii nie jest tworzona w skończonej postaci. Wszystkie stale się rozwijają. O ich wartości decydują w dużej mierze możliwe i faktycznie wdrożone zastosowania. Analizowanie trendów pokazuje możliwe sposoby ich wykorzystania wynikające z pojawiających się kierunków zmian i potrzeb ludzi.

Jakie efekty przynosi analizowanie tego rodzaju zjawisk jak wirtualna rzeczywistość?

Każdego roku powstają m.in. prace dyplomowe poświęcone efektom wykorzystania wirtualnej rzeczywistości, np. w turystyce, w rozrywce czy w edukacji.



X jak XYZ GENERATION

DLACZEGO NA ANALIZIE I KREOWANIU TRENDÓW ZAJMUJEMY SIĘ PROBLEMEM POKOLENIOWOŚCI?

Robimy to ponieważ kolejne pokolenia są jednym z przejawów demograficznego, społecznego i kulturowego zróżnicowania wśród ludzi. Widać to w konkretnych potrzebach, sposobach ich zaspokajania, doświadczeniach i zachowaniach. Interesują nas również sposoby komunikowania się pokoleń oraz ich integrowanie.

Co łączy trendy z pokoleniami? Wiele trendów ma ścisły związek z konkretnymi pokoleniami. Na te same zmiany inaczej mogą reagować baby boomersi, przedstawiciele pokolenia X, mileniałsi, zetki lub ich następcy. Zróżnicowanie wiekowe łączy się z również z pojawianiem się konkretnych trendów, np. silver society, digital nomads, zero waste. Po co badać związki trendów z pokoleniami? Tworzenie rozwiązań, np. usług dostosowanych do specyficznych potrzeb i zachowań przedstawicieli poszczególnych pokoleń jest decydujące dla ich powodzenia. Rozwiązania będą skuteczne, gdy uda się je dopasować do możliwości i oczekiwań odbiorców. Dzięki temu nie tylko osiągniemy sukces, lecz stworzymy rozwiązanie odpowiadające na rzeczywiste potrzeby ludzi.

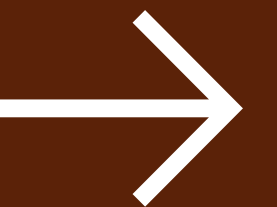


Z jak ZERO WASTE

JAK NA TRENDY REAGUJE ANALIZA I KREOWANIE TRENDÓW?

Przede wszystkim badamy je, uczymy o nich, a jednocześnie staramy się wykorzystywać je praktycznie. Tak jest z trendem ZERO WASTE, będącym jednym z ważniejszych wyzwań współczesności. Od kilku lat staramy się na co dzień zmieniać nawyki i zachowania by ograniczać ilość zużywanych dóbr i wytwarzanych odpadów. ZERO WASTE to np. indywidualne wyzwania naszych studentów, które opisują w pracach dyplomowych. Innym razem ZERO WASTE są to wyzwania projektowe zespołów studenckich by uczyć się sposobów myślenia i postępowania służących postawom proekologicznym. Są to również tematy przewodnie zajęć, służące zmienianiu środowiska życia oraz uniwersytetu na rzecz zrównoważonego rozwoju, zeroemisyjności, cyrkularności, zaangażowania i odpowiedzialności.

Co to znaczy być ZERO WASTE? Po pierwsze, rozumieć, że dysponujemy ograniczonymi zasobami wody, energii i surowców wykorzystywanymi na co dzień. Po drugie, wiedzieć, że rozwój nie polega na ciągłym wzroście, którego koszty ponosi środowisko naturalne i przyszłe pokolenia. Po trzecie, ZERO WASTE to wybierać w sposób świadomy następstw i być gotowym do zmiany dotychczasowych nawyków. Po czwarte, myśleć i działać w stylu BEYOND ZERO, czyli nie tylko ograniczać ilość konsumowanych dóbr i negatywnych następstw, ale aktywnie działać w celu odtwarzania zasobów i środowiska naturalnego.



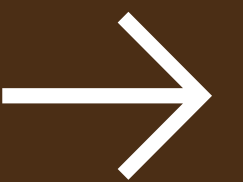


Alfabet analizy i kreowania trendów postanowiliśmy zakończyć szczególnym kolażem. Jego bohaterką jest Ania Szpejna - autorka wszystkich prac graficznych ilustrujących kolejne litery opowieści o kierunku studiów. Ania studiuje na ostatnim roku analizy i kreowania trendów. Pochodzi z drugiego końca Polski, na studia do Olsztyna przyjechała z Wałbrzycha. Na pytanie czy było warto, musiałaby odpowiedzieć sama. Nam wielokrotnie zdarzyło się z nią współpracować przy różnych projektach i przedsięwzięciach. Krótko mówiąc, dobrze ją mieć tutaj i móc korzystać z talentów, umiejętności i zaangażowania! Ania uczestniczyła m.in. w obu edycjach Global Service Jam, cyklicznego przedsięwzięcia projektowego organizowanego z udziałem studentów analizy i kreowania trendów. W tym roku akademickim moderowała proces projektowy zespołu tworzącego rozwiązanie dla szlaku rowerowego Green Velo. Miała okazję prezentować je podczas konferencji poświęconej tworzeniu oferty turystycznej regionu Warmii i Mazur. Grafika komputerowa, kolaże i książki to hobby i pasja Ani. Wiemy, że inspiracją do tworzenia kolaży były jedne z zajęć na analizie i kreowaniu trendów I stopnia. Rozwojowi techniki kolażu w dobie technik cyfrowych będzie poświęcona praca magisterska Ani. Dodatkowo kształci się na kursie grafiki komputerowej. Polecamy jej galerie kolaży w mediach społecznościowych:

https://www.instagram.com/annaszpejna_collages/

<https://www.tiktok.com/@aniaszpejna?>

A JAK
ANIA





CO NAS MOTYWUJE

Misja *design thinking* polega na przekładaniu obserwacji na zrozumienie, a zrozumienia na produkty i usługi, które czynią nasze życie lepszym.

Tim Brown

