

Fachinput A

Grundlagen der Trend- und Zukunftsforschung

(Dr. Martina Kühne, Prof. Bitten Stetter, Martina Kühne, Marina Machauer)

Angebot für

Bisheriges Studienmodell > Design > Master Design > Trends & Identity > 1. Semester

Nummer und Typ	MDE-VTR-A-1000.20F.001 / Moduldurchführung
Modul	Fachinput A
Veranstalter	Departement Design
Leitung	Michaela Büsse Martina Kühne Adrian Müller
Anzahl Teilnehmende	7 - 15
ECTS	2 Credits
Voraussetzungen	Vertieftes Interesse in Trend- und Zukunftsforschung
Lehrform	Aus drei Perspektiven werden verschiedene Zugänge zur Trend- und Zukunftsforschung vorgestellt. Die Lehrveranstaltung ist als Workshop konzipiert und bestehend aus verschiedenen Inputs und Praxisübungen, die der vertieften Auseinandersetzung mit sozioökonomischen Wandel dient.
Zielgruppen	Studierende des 1. Semesters Masters of Arts in Design Trends & Identity
Lernziele / Kompetenzen	Grundlagen der Trend- und Zukunftsforschung Ziel ist es, ein gemeinsames Verständnis für Trends zu entwickeln, relevante Trends für das eigene Projekt zu identifizieren und erste Trendvisualisierungen für das eigene Projekt zu entwickeln. Die Studierenden gehen aktuellen Tendenzen auf die Spur und entwickeln basierend auf ihr eigenes Themenfeld Trendmappings und Trendboards. Ziel ist es, das eigene Projekt im Kontext von gesellschaftlichem Wandel zu reflektieren und Annahmen über zukünftige Entwicklungen visuell und textuell zu vermitteln.
Inhalte	Methoden mit denen Trendforscher*innen arbeiten sind Delphi-Studien, Szenarien, Wildcards sowie Trendscouting. Die Wahl der Methode, mit welcher man die Zukunft erkundet, hängt dabei stark von der Fragestellung und Zeitlichkeit, in der man über Zukünfte nachdenken möchte, ab. Die Lehrveranstaltung soll einen Überblick über Methoden der Trend- und Zukunftsforschung vermitteln, einen besseren Überblick und Durchblick im Begriffsdschungel der Trend und Zukunftsforschung schaffen und Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen beiden Disziplinen aufzeigen. Was ist ein Megatrend? Was ist ein Mikrotrend? Und was ein Gegentrend? Wie unterscheiden sich Trends von Moden? Und Moden von Hypes? Im Mittelpunkt steht die Gruppenarbeit. Studierende verorten Phänomene im Trenduniversum, zeigen relevante Einflussfaktoren auf und erarbeiten ein trendbasiertes Storytelling auf visueller und textueller Ebene.
Bibliographie / Literatur	Trendberichte, Trendstudien, Grundlagen Literatur. Wird entsprechend der Lehrveranstaltung gereicht.
Leistungsnachweis / Testatanforderung	80% Anwesenheit und Mitarbeit
Bewertungsform	bestanden / nicht bestanden