

SYLWETKA PROMOTORA

dr hab. Michał Kupiec

Katedra Geografii Społeczno-Ekonomicznej

Zainteresowania naukowe: *badania krajobrazu kulturowego, ekologia krajobrazu, przemiany krajobrazowe, krajobrazy militarne i warowne, badania systemów przyrodniczych i zielonej infrastruktury miast, oceny oddziaływania na środowisko, polityka środowiskowa w procesie inwestycyjnym, inwentaryzacje i waloryzacje przyrodnicze oraz urbanistyczne, wykorzystanie GIS w planowaniu przestrzennym i naukach o środowisku.*

Obszary tematyczne seminariów dyplomowych / przykładowe tematy prac

1. Analiza zmian struktury użytkowania terenu w wybranej jednostce administracyjnej lub fizjograficznej w okresie XVIII-XXI w.
2. Analiza cech elementów struktury krajobrazu kulturowego w wybranej jednostce administracyjnej lub fizjograficznej.
3. Inwentaryzacje i waloryzacje wybranych elementów dziedzictwa narodowego z wykorzystaniem cyfrowych baz danych (np. budownictwo ryglowe, elementy krajobrazów militarnych, zabytki techniki) na wybranym obszarze
4. Analiza zmian zielonej infrastruktury wybranego miasta w świetle zmian uwarunkowań prawnych oraz zmian klimatycznych
5. Stan zachowania i perspektywy zagospodarowania parków podworskich w wybranej jednostce administracyjnej.
6. Analiza fizjograficzna oraz funkcjonalno-urbanistyczna wybranego osiedla administracyjnego oraz ocena jego możliwości i kierunków rozwojowych.
7. Analiza zasięgu prognozowanego wpływu inwestycji na krajobraz na wybranych przykładach.
8. Badania percepcji krajobrazów miejskich: krzywe wrażeń, analizy stanu estetycznego i ładu przestrzennego wybranych obszarów/ulic.
9. Analizy przestrzenne zjawisk w funkcjonowaniu miast (profile gospodarcze i handlowe ulic, struktura przestrzenna rozmieszczenia i funkcjonowania usług, zmiany przeznaczenia terenu, mapowanie zjawisk społecznych, itp.)

dr inż. Jacek Rudewicz

Zainteresowania badawcze, szeroko rozumiane studia miejskie: zrównoważony rozwój miast, uwarunkowania i warunki rozwoju jednostek terytorialnych, innowacje z zakresu smart city, przedsiębiorczość mieszkańców miast, zmiany przestrzenno-strukturalne w miastach, nowy urbanizm, ruchy miejskie, przemiany społeczne i kulturowe w miastach, procesy metropolizacji, marketing miejsc, zarządzanie miastem. Dodatkowo zagadnienia związane z turystem.

Obszary tematyczne seminariów dyplomowych / przykładowe tematy prac:

1. Rozwój zrównoważony gminy/miasta x. Aspekty ekonomiczne, społeczne i środowiskowe oraz planowanie przestrzenne.
2. Rozwój gospodarczy lub społeczny wybranego obszaru metropolitalnego.
3. Zasięg/obszar funkcjonalny miasta/gminy x.
4. Analiza stanu przestrzeni publicznych wybranej gminy/miasta.
5. Zmiany przestrzenno-funkcjonalne na terytorium gminy/miasta x.
7. Polityka mobilności, rozwój komunikacji publicznej i alternatywnej w mieście x. Rower miejski, car sharing, elektro-mobilność. Problemy i wyzwania.
8. Ewaluacja dokumentów strategicznych gminy/miasta (planowanie przestrzenne, strategie rozwoju, polityki lokalne. Proces opracowania, konsultacji, wdrażania, ewaluacja. Obszar zarządzania strategicznego miastem.
9. Rewitalizacja, gentryfikacja danej przestrzeni w mieście.
10. Współczesne rozwiązania i projekty urbanistyczne. Plac zabaw, parki, tereny zielone, tereny rekreacyjne, obiekty infrastruktury.
11. Wyzwania dla miast wobec zmian klimatu. Problemy związane z niską emisją, nadmierną liczbą samochodów, zanieczyszczeniami środowiska.
12. Jakość życia w mieście x. Pomiar, wyznaczniki, benchmarking – porównania międzymiastowe.
13. Infrastruktura społeczna w mieście x, rozwój, stan, potrzeby.
14. Redystrybucja ludności na obszarze gminy lub miasta. Kwestie demograficzne, rozlewanie się miast, migracje. Dzienny system miejski.
15. Przedsiębiorczość mieszkańców, oddolne inicjatyw gospodarcze.
16. Budownictwo mieszkaniowe i rynek nieruchomości na terenie miasta/gminy.
17. Innowacje w zakresie smart city w miastach. Przegląd rozwiązań, wdrożenia, działanie, przyszłość, przykłady.
18. Zielona gospodarka w mieście, problemy gospodarowania odpadami, walka z niską emisją.
19. Ewaluacja działań komunikacji marketingowej władz miasta, gminy. Social media marketing miejsc. Narzędzia w komunikacji marketingowej.
20. Dobre praktyki i studia przypadków działalności marketingowej – marketingu miejsc.