

PYTANIA KIERUNKOWE

1. Przedstaw główne kierunki zmian zachodzące w kulturze współczesnej i mające znaczenie dla branży mody.
2. Omów wybrany nurt kultury współczesnej mający wpływ na branżę mody.
3. Wymień i krótko scharakteryzuj profesje w branży mody (na rynku i w przemyśle) z uwzględnieniem nowych, poszukiwanych na rynku zawodów.
4. Co to jest brief projektowy? Omów najważniejsze jego elementy i rolę w procesie projektowym.
5. Podaj przykłady przenikania się i wzajemnego wpływu sztuki i mody.
6. Wymień chronologicznie najważniejsze epoki w sztuce i omów wybraną pod kątem odpowiadających jej form ubiorów.
7. Wyjaśnij pojęcie makrotrendu i podaj przykład makrotendencji, która kształtuje obecny obraz branży mody.
8. Zdefiniuj pojęcie mikrotrendu w kontekście kultury konsumpcjonizmu.
9. Przedstaw systematykę surowców włókienniczych, ważnych dla branży mody.
10. Omów znaczenie surowców włókienniczych z punktu widzenia odpowiedzialnego projektowania odzieży.
11. Przedstaw podział materiałów tekstylnych wykorzystywanych w branży mody i omów na wybranym przykładzie wpływ materiału na użyteczność odzieży.
12. Wymień i krótko scharakteryzuj surowce włókiennicze, które wykorzystywane są obecnie przez branżę mody i wciąż traktowane jako luksusowe.
13. Przedstaw zagadnienia ważne w procesie odpowiedzialnego projektowania, produkcji i sprzedaży mody.
14. Przedstaw główne kierunki zmian zachodzących w sztuce współczesnej i mających znaczenie dla branży mody.
15. Omów pojęcie marki, scharakteryzuj jej atrybuty.
16. Podaj definicję stylu (szerszą i ograniczoną do branży mody) oraz na wybranym przykładzie omów jego aplikację w ubiorze.
17. Krótko omów w kontekście historycznym etapy rozwoju branży mody w XX wieku (bez wchodzenia w zagadnienia estetyki).
18. Wymień i scharakteryzuj etapy metodycznie prowadzonego procesu projektowania.
19. Podaj definicję kompozycji i omów jej zasady stosowane przy projektowaniu i/lub stylizacji kolekcji ubiorów.
20. Omów rolę koloru w projektowaniu sezonowym w branży mody.
21. Wymień główne kierunki rozwoju innowacji w branży mody i omów krótko wybrany.
22. Przedstaw wybraną innowację, która ma aktualnie znaczenie dla rozwoju branży mody.
23. Oceń perspektywę rozwoju branżowego rynku w kontekście obecnych na nim tendencji fast i slow fashion.
24. Anatomia trendu – omów zasady funkcjonowania „przemysłu trendów” i przedstaw jego aktorów.
25. Wymień kilka ze znanych Ci produktów ikonicznych w branży mody i dla wybranego przeanalizuj źródła jego sukcesu.
26. Omów zasady funkcjonowania marki mody adekwatne do trendu slow fashion .
27. Wyjaśnij pojęcie oraz omów obszary aplikowania grafiki użytkowej w branży.
28. Opisz kierunki rozwoju branżowej fotografii z podaniem przykładów aktualnych trendów.
29. Przedstaw i omów wybraną ideę, która zmienia znacząco obraz branży i kształtuje aktualne oczekiwania klientów rynku mody.
30. Opisz istotę, rolę i przedstaw źródła inspiracji w procesie projektowym.

31. Inspiracja a plagiat – omów w tym kontekście zagadnienie praw autorskich w branżach kreatywnych.
32. Przedstaw rolę marki osobistej w branży mody.
33. Co określa się pojęciem grupa docelowa marki mody? Przedstaw jej rolę w procesach projektowych i działaniach rynkowych brandów.
34. Omów zagadnienie sezonowości w branży oraz jego wpływu na projektowanie i sprzedaż produktów.
35. Omów wzajemne związki filmu oraz projektowania mody, zagadnienie proszę przedstawić w oparciu o wybrane przykłady.
36. Omów zagadnienie projektowania osadzonego w warunkach lokalnych i nastawionego na świadomego klienta.
37. Omów na wybranych przykładach zagadnienie projektowania odniesione do tendencji globalizacji.
38. Omów zagadnienie ekologii jako stałego trendu w branży mody.
39. Wyjaśnij i omów pojęcie etyki w branży.
40. Zdefiniuj pojęcie moda i odnieś je do projektowania dającego przewagę konkurencyjną na rynku.
41. Omów różnicę pomiędzy projektowaniem a stylizacją.
42. Portfolio zawodowe – omów cechy, cel i zasady tworzenia.
43. Omów w szerszym kontekście czynniki kształtujące modę wybranej dekady XX wieku.
44. Omów krótko główne etapy ewolucji form ubioru w XX i XXI wieku na tle przemian społecznych, politycznych i gospodarczych – wyznacz „kamienie milowe” zmian estetyki w modzie.
45. Co określa się pojęciem tekstronika, *e-textiles* (*e-tekstyli*), *smart and intelligence clothing* (*ubior* *interaktywne*), *wearable technology* (*technologia ubieralna*)? Przedstaw przykład tego typu struktury.
46. Przedstaw rolę antropometrii przemysłowej w produkcji odzieży na masowy rynek (rozmiary odzieży), zagadnienie omów z uwzględnieniem metody skanowania sylwetki.
47. Omów wybrane obszary wkraczania do branży mody rozszerzonej (AR) i wirtualnej rzeczywistości (VR).
48. Demografia a projektowanie dla rynku mody – przedstaw zagadnienie w szerszym kontekście społecznym.
49. Geografia rynku mody – omów krótko zmiany zachodzące w branży mody na współczesnym, globalnym rynku.
50. Wymień nazwiska ikonicznych projektantów mody (w tym jednego polskiego) i omów branżowe dokonania wybranego.

PYTANIA SPECJALNOŚCIOWE

Specjalność: Komunikacja w modzie i projektowanie marki

1. Omów zagadnienia ważne, dające szansę sukcesu, które trzeba uwzględnić przy projekcie kampanii towarzyszącej wprowadzaniu produktu i/lub marki na rynek mody.
2. Przeanalizuj i omów historię rozwoju narzędzi komunikacji marek mody z klientem, uwzględnij aktualne.
3. Omów rolę i scharakteryzuj elementy księgi znaku (ang. *brand book*).
4. Wymień kierunki rozwoju modowego marketingu i omów jeden z wybranych, innowacyjnych trendów w tym obszarze.
5. Podaj pięć klasycznych poziomów cenowej segmentacji rynkowej. Opisz je i wymień przykłady marek odzieżowych klasyfikujących się do każdego z nich.
6. Opisz pojęcie kanibalizacji marek oraz podaj podstawowe zasady uniknięcia tego zjawiska w przypadku różnych marek należących do jednej grupy kapitałowej.
7. Wyjaśnij pojęcie *storytelling* – omów zagadnienie w oparciu o rynek branży mody.
8. Wyjaśnij pojęcie kampanii wizerunkowej w branży mody i podaj przykład wybranej, której założenia nie odnoszą się wyłącznie do estetyki kolekcji.
9. Podaj zasady projektowania marki odniesione do analizy grupy docelowej oraz otoczenia konkurencyjnego.
10. Wyjaśnij pojęcia *user* oraz *customer experience* i omów zasady ich projektowania.
11. Wyjaśnij jak należy rozumieć stwierdzenie, że branża mody jest obszarem „projektowania i sprzedaży emocji”.
12. Wyjaśnij czym jest Visual Merchandising i omów wybraną tendencję rozwojową w obrębie VM.
13. Przedstaw pojęcie concept store'u oraz omów zasady i elementy jego projektowania.
14. Zdefiniuj pojęcie pop-up shop'u oraz omów cele powstawania takiego projektu.
15. Omów pojęcie *brand persony* i jej rolę w projektowaniu marki.
16. Omów zasady etycznego oddziaływania na klienta stosowane w VM.
17. Przedstaw i scharakteryzuj narzędzia stylizacji kolekcji stosowane na potrzeby sesji wizerunkowych i pokazów mody.
18. Podaj przykłady innowacyjnych strategii sprzedażowych stosowanych w branży mody.
19. Omów elementy budowy warstwy graficznej strony internetowej marki.
20. Obraz, jako element oddziaływania na klienta rynku mody – omów formy przekazu graficznego (komunikacji wizualnej) stosowane w branży.
21. Przedstaw pojęcie, cel i zasady rebrandingu; zaprezentuj udany i nieudany przykład z rynku mody.
22. Omów koncepcję kastomizacji produktów branży mody w kontekście odpowiedzialnego projektowania i sprzedaży odzieży.
23. Podaj definicję marki i produktu niszowego oraz przedstaw zasady ich funkcjonowania na rynku mody.
24. Język mody – przedstaw specyfikę komunikacji wewnątrz branży, głównie na linii firmy - media.
25. Internet jako narzędzie e-commerce branży mody – przedstaw stan obecny i perspektywy rozwoju.
26. Omów kierunki rozwoju nowych narzędzi i kanałów komunikacji z klientem na rynku mody.
27. Przedstaw rolę mediów społecznościowych (*social media*) w rozwoju branży mody.
28. Przedstaw i przeanalizuj problem wpływu globalizacji oraz odradzania się tendencji lokalnych na rozwój rynku i przemysłu mody.

29. *Dress code* – zdefiniuj pojęcie i omów poszczególne poziomy formalności ubioru.
30. Przedstaw wady i zalety różnych form sprzedaży kolekcji odzieżowych od sprzedaży butikowej, poprzez sieci sprzedażowe aż po pop-up'y i e-commerce.
31. Omów elementy i zasady projektowania sklepu firmowego (realnego i wirtualnego) spójnego z koncepcją danej marki.
32. Przedstaw schemat procesu projektowania i organizacji imprezy promocyjnej dostosowanej do danego celu marketingowego.
33. Omów rolę i obszar działania reżysera pokazu mody oraz przedstaw etapy i zakres prac przy organizacji pokazu mody.
34. Przedstaw zasady projektowania zawartości teczki prasowej (ang. *press kit*) w branży mody.
35. Omów zasady budowania odpowiednich relacji marki z mediami.
36. Zdefiniuj pojęcie oraz omów rolę i zasady projektowania *lookbooków*.
37. Zdefiniuj pojęcie oraz omów obszary wykorzystania zdjęć typu *packshot* i interaktywny *packshot*.
38. Co to jest *mockup* – omów jego rolę i ograniczenia w stosowaniu w reklamie.
39. Co nazywa się pojęciem DNA marki – omów na wybranym przykładzie znanego *brandu* mody.
40. Przedstaw rolę misji i strategii marki mody w jej funkcjonowaniu na rynku.
41. Co określa się pojęciem marketing narracyjny - przedstaw jego rolę w procesie wprowadzania marki i/lub produktów na rynek.
42. Zdefiniuj termin, przedstaw rolę oraz omów elementy składowe i zasady projektowania logotypu.
43. Zdefiniuj pojęcie *copywriting* oraz omów jego rolę w tworzeniu reklam, podaj przykłady haseł reklamowych, które weszły do zbiorowej świadomości i tworzą obecny kod kulturowy.
44. Wymień rodzaje materiałów reklamowych oraz zasady ich projektowania.
45. Zdefiniuj pojęcie kampanii reklamowych społecznie zaangażowanych i przedstaw znany przykład takiego projektu z branży mody.
46. Wymień rodzaje eventów promocyjnych popularnych w branży mody i przedstaw ich cele oraz odbiorców.
47. Produkt mody a jego opakowanie – przedstaw zasady projektowania opakowań dopasowane do rodzaju produktu i marki.
48. Omów ideę filozofii „*non logo*” i jej przełożenie na współczesny rynek mody.
49. Wymień przykłady ikonicznych marek mody i przeanalizuj źródła rynkowego sukcesu wybranej.
50. Zdefiniuj pojęcia świadomej konsumpcji produktów i prosumentów oraz przedstaw ich wpływ na branżę mody.

PYTANIA SPECJALNOŚCIOWE

Specjalność: Projektowanie ubioru i zarządzanie technologią

1. Przedstaw rolę subkultur i mody ulicy jako inspiracji dla projektantów odzieży.
2. Omów historię *t-shirtu* oraz potencjał projektowy tej formy odzieży.
3. Przedstaw krótko historię i fenomen wejścia do świata mody odzieży *jeansowej* oraz obecne trendy w projektowaniu odzieży z denimu.
4. Ubiór korporacyjny – omów zasady projektowania takich form odzieży odniesione do zasad *dress code*, mody i funkcjonalności odzieży.
5. Omów atrybuty odzieży, dzięki którym buduje się określony styl kolekcji.
6. Omów ideę kastomizacji produktów mody oraz jej wpływ na sposób projektowania ubiorów.
7. Podaj definicję, przykłady i omów zasady projektowania ubioru unikatowego.
8. Omów wybrane narzędzia technologiczne pozwalające na budowanie warstwy estetycznej wyrobów odzieżowych.
9. Przedstaw cechy projektów odzieży realizowanych na potrzeby przemysłu, odnieś je do pojęcia technologiczność projektu.
10. *Haute couture a prêt-à-porter* – przedstaw zasady projektowania kolekcji dla obu tych działów światowego sektora mody.
11. Co określa się pojęciem styl w modzie – przedstaw zasady projektowania odzieży zgodnie z dwoma wybranymi stylami, które na trwałe weszły do świata mody.
12. Omów zasady adaptacji trendów sezonowych do projektów danej kolekcji.
13. Co oznacza pojęcie „minimalizm” w modzie – omów zasady projektowania odzieży podporządkowane tej tendencji.
14. Podaj definicję pojęcia wartość użytkowa odzieży; omów na wybranym przykładzie odzieży codziennej oraz o specjalnym przeznaczeniu.
15. Podaj i omów klasyfikację linii mody w ubiorze.
16. Awangarda we współczesnej modzie oraz jej przenikanie do estetyki zbiorowej - przedstaw przykłady i ewolucję.
17. Omów czynniki kształtujące ewolucję form ubioru sportowego i najnowsze trendy estetyczne i użytkowe w tego typu odzieży.
18. Omów cechy odzieży zaprojektowanej w stylu klasycznym i sportowym oraz wyjaśnij fenomen przenikania się tych stylów.
19. Przedstaw zjawiska globalizacji i demokratyzacji mody oraz ich wpływ na projektowanie ubiorów na współczesny rynek.
20. Omów zasady projektowania kolekcji czerpiące z idei lokalności.
21. Omów podobieństwa i różnice w inspiracji oraz cechach kolekcji folkowej i etnicznej.
22. Omów przykłady celowych deformacji sylwetki człowieka poprzez ubiór na przestrzeni dziejów oraz przedstaw przykłady obecnego obrazu tego trendu.
23. Zdefiniuj pojęcie post procesowego wykańczania odzieży i podaj przykład tego typu technologii.
24. Omów pojęcie struktury materiałowej odzieży oraz na wybranym przykładzie przedstaw wpływ materiałów pomocniczych na warstwę estetyczną wyrobów odzieżowych.
25. Podaj przykłady podnoszenia użyteczności odzieży poprzez zastosowanie w jej strukturze innowacyjnych rozwiązań.

26. Zdefiniuj pojęcia konstruowania, modelowania i stopniowania form odzieżowych oraz omów ich rolę i przebieg na etapie przygotowania produkcji danej kolekcji.
27. Omów jakie elementy (atributy estetyczne), materiały i formy powinny pojawić się w modelach odzieży w kolekcjach zaprojektowanych w stylu: klasycznym, awangardowym i sportowym.
28. Omów rolę projektanta w zespole przygotowania produkcji przemysłowej odzieży.
29. Podaj cechy i funkcje rysunku technologicznego i żurnalowego ubioru.
30. Przedstaw metody konstrukcji odzieży i ich tendencje rozwojowe.
31. Omów zasady ważne przy projektowaniu kolekcji wpisanej w trend *slow fashion*.
32. Omów na wybranym przykładzie cechy surowców i materiałów tekstylnych predestynujące je do projektowania danych form i kolekcji odzieży.
33. Wymień i krótko omów przynajmniej trzy znane projekty odzieży, które powstały w wyniku współpracy ze znanymi artystami lub inspiracji sztuką.
34. Podaj definicję designu zrównoważonego i przykład kolekcji lub produktu zaprojektowanych zgodnie z jego zasadami.
35. Omów zasady projektowania kolekcji wpisanych w tendencję *fast fashion*.
36. Specyfika odzieży dziecięcej – omów zasady projektowania istotne w działaniach w tym segmencie rynku mody.
37. Omów rolę *moodboardów* inspiracyjnych i zasadę burzy mózgów towarzyszącą pracy zespołowej nad daną kolekcją.
38. Omów zasady projektowania kolekcji sprzedażowej.
39. Przedstaw w układzie chronologicznym etapy pracy nad nową kolekcją.
40. Wymień cechy odzieży, które mają wpływ na komfort jej użytkowania.
41. Zdefiniuj pojęcia jakość projektowa i jakość wykonania odzieży oraz przedstaw elementy mające na nie wpływ.
42. Omów zasady projektowania struktury kolekcji stosownie do jej rodzaju i asortymentu oraz opisz, co oznacza pojęcie produktu *basicowego*.
43. Omów zasady projektowania modeli odzieży na wspólnej bazie konstrukcyjnej.
44. Przedstaw historię zaprojektowania wybranego produktu, który na stałe wszedł do historii mody.
45. Omów podstawowe zasady i elementy kalkulacji kosztów modelu odzieży.
46. Omów pojęcie dekonstrukcji ubioru.
47. Przedstaw rolę inspiracji w procesie projektowania kolekcji ubiorów.
48. Omów technologię bezpośredniego, cyfrowego druku na materiałach i odzieży oraz jej wpływ na zmianę estetyki w modzie.
49. Omów pojęcie *streetwear* oraz wpływ tego typu ubiorów i stylu na projektowanie mody.
50. Projekt kolekcji ekologicznej – omów zagadnienie opierając się na wieloaspektowości problemu.