

STUDIA MAGISTERSKIE - PYTANIA EGZAMINACYJNE

1. PYTANIA OGÓLNE

1. Czym jest dychotomia mody?
2. Wymień stanowiska w firmie, które w różnym stopniu uczestniczą w kreatywnym procesie tworzenia produktu czy kolekcji.
3. Jakie elementy należy wziąć pod uwagę w pierwszej fazie projektu kreatywnego?
4. Struktura koncepcji kreatywnej w reklamie
5. Co jest potrzebne do stworzenia prognozy trendów, jakie narzędzia?
6. Czym jest design inkluzywny?
7. Wymień przynajmniej 3 współczynniki segmentacji użytkownika/ odbiorcy w modzie.
8. Czym są micro, trendy i megatrendy? Podaj przykład megatrendu w branży mody.
9. Wymień przynajmniej 3 rodzaje ubioru ze względu na jego zastosowanie i funkcjonalność.
10. Jakie są główne różnice między projektowaniem kolekcji dla rynku masowego a projektowaniem dla indywidualnego klienta?
11. Jakie znaczenie w projektowaniu dla rynku masowego ma koncepcja „fast fashion”?
12. Na czym polega proces budowania kolekcji w kontekście jej spójności estetycznej i funkcjonalnej?
13. W jaki sposób definiuje się klienta docelowego i jak wpływa to na projektowanie kolekcji?
14. Jakie czynniki należy wziąć pod uwagę przy doborze materiałów i form do kolekcji przeznaczonej dla konkretnej grupy odbiorców?
15. Jakie zmiany światopoglądowe i kulturowe najmocniej wpłynęły na transformacje w modzie przez ostatnie 10 lat?
16. Omów perspektywę zmian w modzie zachodzącą pod wpływem zjawiska gender-fluid.
17. Pandemia Covid-19 bez wątpienia wpłynęła znacząco na branżę mody i postawy konsumenckie. Jakie zmiany dostrzegasz?
18. Dlaczego moda może być sztuką?
19. Podaj dwa źródła wiedzy dla badaczy historii ubioru.
20. Czym był "szyk heroiniczny" w fotografii mody?
21. Jakiego typu badania i publikacje wprowadziła do historii ubioru Janet Arnold?

22. Podaj przykład domu mody, który traktował/trktuje modę jako sztukę.
23. Na czym polega technika druku zwana sitodrukiem?
24. Wymień i scharakteryzuj wybraną tradycyjną technikę druku na tkaninie.
25. Jaka jest rola rzecznika patentowego w branży mody?
26. Do czego wykorzystuje się licencje w branży mody?
27. Opisz czym jest wzór przemysłowy w odniesieniu do odzieży.
28. Czym się różni projektowanie uniwersalne od projektowania socjalnego?
29. Co to jest odzież adaptacyjna? Opisz cechy charakterystyczne i podaj przykłady.
30. W jaki sposób można dostosować proces projektowy do wymagań specjalistycznych odbiorców w kontekście odzieży dziecięcej?
31. Czego dotyczy norma EN 14682:2007 i jak wpływa na projektowanie odzieży dziecięcej?
32. Jakie technologiczne możliwości powinny być uwzględniane w projektowaniu odzieży specjalistycznej?
33. Wymień kolory podstawowe i pochodne, a następnie podaj jakie to są barwy dopełniające się? Jak jest ich położenie na kole barwnym? Podaj przykłady par takich kolorów.
34. Porównaj modę lat 20tych i 80tych. Zwróć uwagę na cechy charakterystyczne dla danej dekady. Jakie długości, fasony, kolory były najistotniejsze? Które partie ciała podkreślano? Talia czy może ramiona były akcentowane? Opisz materiały, wzory, akcesoria wyróżniające te dekady.
35. Jak ma się VM do CX?
36. Czym różni się concept store od pop up store? Czy są to tożsame pojęcia?
37. Czym różni się Ścieżka Klienta w VM od Customer Journey Map w CX?
38. Podaj kilka przykładów zastosowania technik VM wyrażających luksusowość danej marki/sklepu.
39. Kim jest dyrektor kreatywny i czym różni się jego praca od dyrektora artystycznego?
40. Wymień trzech dyrektorów kreatywnych znanych domów mody lub firm globalnych oraz opisz ich zasługi dla wybranych marek.

PROJEKTOWNIE UBIORU I DYREKCJA KREATYWNA

2. Pytania dla specjalności

1. W jakim celu powstaje dokumentacja projektowa oraz jakie są jej główne elementy? Jakie opisy i kryteria stosujemy do opisanie materiałów użytych w dokumentacji projektowej?
2. Co to jest modelowanie odzieży? Jakie znasz zaawansowane metody modelowania odzieży i na czym polegają?
3. Jakie są kolejne etapy pracy nad kolekcją w korporacji odzieżowej? Krótko opisz każdy z etapów i podaj jego ramy czasowe.
4. Jakie alternatywne surowce, takie jak algi, grzyby czy bakterie, mogą zastąpić tradycyjne włókna tekstylne. Opisz jakie mają właściwości i oceń ich wpływ na środowisko.
5. Jakie oznaczenia handlowe są wymagane na odzieży i dlaczego są istotne?
6. Jakie znaczenie dla ceny końcowej odzieży ma wybór materiałów i dodatków krawieckich? Dokonaj analizy na podstawie wybranej grupy produktów.
7. Omów rozwiązania technologiczne (konstrukcja, materiały, dodatki, wykańczanie), które są obecnie stosowane w kurtkach sportowych.
8. Omów styl i estetykę wybranego domu mody, a także podaj przykład jego wpływu na kształtowanie trendów.
9. Omów ewolucję stylu wybranego domu mody.
10. Jaka kolekcja ostatnio zrobiła na Panu/Pani największe wrażenie? Proszę uzasadnić swój wybór.
11. Podaj przykład projektanta druków odzieżowych i opisz jego twórczość.
12. Jakie znasz techniki druku na tkaninie? Scharakteryzuj jedną z nich.
13. Opisz etapy pracy nad projektem druku odzieżowego z uwzględnieniem asortymentu, jakości materiału, techniki druku oraz umiejscowienia na produkcie.
14. Podaj przykład artysty/designera, który projektował także na potrzeby branży mody. Podaj i opisz przykład(y) jego realizacji.
15. Podaj przykład ilustratora mody, scharakteryzuj jego styl oraz podaj przykłady jego prac zrealizowanych dla wybranych marek modowych.
16. Na czym polega metoda „zero waste” w konstruowaniu ubioru i jakie są jej zalety?

17. Jakie są główne różnice między modelowaniem przestrzennym na manekinie a tradycyjną konstrukcją odzieży?
18. Jakie materiały i techniki stosuje się w modelowaniu TR i Origami w ubiorze?
19. Na czym polega technika TR (Transformational Reconstruction) w projektowaniu ubioru?
20. Jakie techniki można zastosować przy projektowaniu niestandardowych kołnierzy i wyłogów?
21. Opisz rolę Dyrektora Artystycznego oraz Dyrektora Kreatywnego w branży odzieżowej.
Podaj różnice w odpowiedzialnościach przypisanych do obu stanowisk.
22. Przedstaw poszczególne etapy procesu pracy Dyrektora Artystycznego nad kolekcją.
23. Jak wygląda proces aplikowania trendów przez Dyrektora Artystycznego w procesie projektowym?
24. Opisz proces prognozowania trendów na rynku mody oraz przedstaw metody ich implementacji do kolekcji.
25. Jak zmienia się rola Dyrektora Artystycznego w świecie, gdzie sztuczna inteligencja generuje obrazy i teksty? Opisz zjawiska formowania się i prognozowania tendencji w oparciu o najnowsze rozwiązania cyfrowe.

DYREKCJA KREATYWNA I KOMUNIKACJA MARKI

3. Pytania dla specjalności

1. Scharakteryzuj pojęcie content marketingu i przedstaw jakie są jego zadania w komunikacji marek modowych?
2. Opisz czym jest pojęcie konwersji ruchu w środowisku online. Jakie są sposoby konwersji ruchu na stronie i w aplikacji danej marki odzieżowej?
3. Przedstaw proces tworzenia kalendarza contentu marketingowego oraz podaj najważniejsze czynniki, które wpływają na jego planowanie w branży mody?
4. Wymień najbardziej znane typy reklam Google Ads specyficzne dla branży modowej oraz przedstaw czynniki stosowane do pomiarów efektywności kampanii internetowych.
5. Opisz rolę Dyrektora Artystycznego oraz Dyrektora Kreatywnego w branży odzieżowej. Podaj różnice w odpowiedzialnościach przypisanych do obu stanowisk.
6. Przedstaw rolę obrazu w tym fotografii i video w działaniach Dyrektora Kreatywnego w branży mody.
7. Przedstaw poszczególne etapy procesu pracy Dyrektora Artystycznego z kolekcją.
8. Scharakteryzuj pojęcie omnichannelu i przedstaw w jakim celu się stosuje takie rozwiązanie? Wymień najważniejsze elementy budowania strategii omnichannelu.
9. Scharakteryzuj pojęcie klientocentryczności oraz przedstaw przykłady na jego wykorzystanie.
10. Czym charakteryzuje się Communication Design i jakie znasz środki graficzne stosowane w myśl tej zasady?
11. Scharakteryzuj pojęcie projektowania interaktywności oraz kształtowania barier komunikacyjnych w ramach Communication Design.
12. Wyjaśnij pojęcia projektowania Customer Experience (CX) oraz Customer Experience Management (CEM) i podaj różnice pomiędzy nimi. Wymień najbardziej powszechne narzędzia wykorzystywane przy projektowaniu Customer Experience (CX).
13. Jakie znaczenie ma projektowanie Customer Experience (CX) oraz Customer Experience Management (CEM) w relacjach B2C, a jakie w sprzedaży typu B2B?

14. Opisz czym jest projektowanie angażującego CJ (ang. Customer Journey), bazującego na konwencjonalnych i spersonalizowanych doświadczeniach klienta.
15. Scharakteryzuj pojęcia UCD (User- centered Design), projektowanie użyteczności (usability) oraz interakcji (interaction design) w projektowaniu User Experience (UX).
16. Podaj znane Ci elementy briefu do procesu projektowego UX zorientowanego na odbiorcę?
17. Opisz zasady projektowania UX/UI i ich wykorzystanie w praktyce według ustrukturyzowanego procesu przy założeniu: Discover, Define, Develop i Deliver.
18. Opisz czym jest storytelling jako forma tworzenia kontentu w reklamie, branding i corporate tone of voice. Przedstaw techniki i formy narracyjne stosowane w komunikacji wizerunkowej.
19. Przedstaw podstawy webwritingu w tym: jak odbiorcy czytają teksty internetowe, jakie są zasady ich pisania. Opisz strukturę i architekturę takich informacji.
20. Jakie są wytyczne dotyczące tworzenia opisów produktów na potrzeby e-commerce. Podaj wszystkie wymagane informacje na karcie produktu.
21. W jaki sposób można zarządzać wartością marki oraz świadomie budować jej pozycję rynkową w oparciu o atrybuty niematerialne, wynikające z potrzeb emocjonalnych klientów?
22. Czym jest kampania 360° i jak ją zaplanować dla marki modowej? Omów też znaczenie moodboardów i concept boardów w procesie tworzenia kampanii modowej.
23. Jakie są wyzwania i zalety współpracy marek z influencerami?
24. Przeanalizuj wybraną kampanię znanej marki modowej. Oceń jej spójność z wizerunkiem marki, użyte środki wyrazu i skuteczność przekazu.
25. Czy estetyka marki może być silniejszym narzędziem niż sama jakość produktu? Przedstaw argumenty za i przeciw.