



**Fundusze
Europejskie**
Wiedza Edukacja Rozwój



**Rzeczpospolita
Polska**

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



PROGRAM NAUCZANIA
KURSU UMIEJĘTNOŚCI ZAWODOWYCH

MOD.11.4. Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych

w zakresie kwalifikacji

MOD.11. Organizacja procesów wytwarzania wyrobów odzieżowych

wyodrębnionej w zawodzie

technik przemysłu mody 311941

Branża: przemysłu mody (MOD)

Warszawa 2021

Autorzy:

mgr Edyta Cyganek

mgr inż. Elżbieta Czernik

Recenzenci:

Recenzent 1 - nauczyciel konsultant w zakresie kształcenia zawodowego mgr inż. Magdalena Owczarek

Recenzent 2 - przedstawiciel pracodawców właściwy dla danego zawodu dr Marta Miaskowska

Ekspert: mgr inż. Dorota Jaracz

Polska Rama Kwalifikacji- 4

Program opracowany we współpracy podmiotów z otoczenia społeczno-gospodarczego wskazanego we wniosku o powierzenie grantu na opracowanie modelowego kwalifikacyjnego kursu zawodowego (KKZ): Związek Przedsiębiorców Przemysłu Mody Lewiatan, ul. Zbyszka Cybulskiego 3 00-727 Warszawa, PIOT Związkiem Pracodawców-Przemysłu Odzieżowego i Tekstylnego, ul. Seweryna Sterlinga 27/29 90-212 Łódź.

Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój

Oś priorytetowa II

Efektywne polityki publiczne dla rynku pracy, gospodarki i edukacji

Działanie 2.14. Rozwój narzędzi dla uczenia się przez całe życie

Konkurs nr POWR.02.14.00-IP.02-00-003/19

Opracowanie modelowych programów kwalifikacyjnych kursów zawodowych (kkz)

Spis treści

PROGRAM NAUCZANIA KURSU UMIEJĘTNOŚCI ZAWODOWYCH MOD.11.4. Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych

1.	Wprowadzenie.....	5
2.	Plan zajęć kursu umiejętności zawodowych Wykonywanie napraw, renowacji i rozbiórek konstrukcji drewnianych	9
2.1.	Pogrupowanie efektów kształcenia	9
2.2.	Określenie liczby godzin na kształcenie zawodowe	29
2.3.	Plan zajęć kursu umiejętności zawodowych	34
3.	Cele kształcenia kursu umiejętności zawodowych.....	35
4.	Program kursu umiejętności zawodowych MOD.11.4. Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych.....	36
4.1.	Program nauczania jednostki modułowej MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych	37
4.1.1	Cele ogólne	37
4.1.2	Cele operacyjne	37
4.1.3	Materiał nauczania z uwzględnieniem opisu efektów kształcenia dla jednostki modułowej MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych	38
4.1.4	Procedury osiągnięcia celów kształcenia	42
4.1.5	Proponowane metody sprawdzania osiągnięć edukacyjnych	44
4.2.	Program nauczania dla jednostki modułowej MOD.11.M2.J2 Marketing wyrobów odzieżowych	46
4.2.1	Cele ogólne	46
4.2.2	Cele operacyjne	46
4.2.3	Materiał nauczania z uwzględnieniem opisu efektów kształcenia dla jednostki modułowej MOD.11.M2.J2 Marketing wyrobów odzieżowych	47
4.2.4	Procedury osiągnięcia celów kształcenia	50
4.2.5	Proponowane metody sprawdzania osiągnięć edukacyjnych	52
4.3.	Program nauczania dla jednostki modułowej MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych	54
4.3.1	Cele ogólne	54
4.3.2	Cele operacyjne	54
4.3.3	Materiał nauczania z uwzględnieniem opisu efektów kształcenia dla jednostki efektów MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych	56
4.3.4	Procedury osiągnięcia celów kształcenia	58
4.3.5	Proponowane metody sprawdzania osiągnięć edukacyjnych	60
5.	Proponowane metody ewaluacji kursu umiejętności zawodowych.....	62
6.	Sposób i forma zaliczenia kursu umiejętności zawodowych.....	66
7.	Wykaz literatury oraz niezbędnych środków i materiałów dydaktycznych	67

7.1.	Literatura.....	67
7.2.	Materiały i środki dydaktyczne.....	67
8.	Sprawdzenie kompletności i poprawności opracowanego programu zajęć.....	68

PROGRAM NAUCZANIA KURSU UMIEJĘTNOŚCI ZAWODOWYCH MOD.11.4. Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych

1. Wprowadzenie

Celem kształcenia zawodowego jest przygotowanie uczących się do życia w warunkach współczesnego świata, wykonywania pracy zawodowej i aktywnego funkcjonowania na zmieniającym się rynku pracy.

Nowoczesne i dostosowane do zmieniającej się sytuacji kształcenie zawodowe to także włączenie się w plan rozwoju Europa 2020 – zapoczątkowany 3 marca 2010 roku przez Komisję Europejską w celu stymulowania rozwoju gospodarki Unii Europejskiej inteligentnego, zrównoważonego wzrostu sprzyjającego włączeniu społecznemu zawiera apel o rozwijanie wiedzy, umiejętności i kompetencji, tak by dzięki temu można było osiągnąć wzrost gospodarczy i zatrudnienie.

Zadania szkoły i innych podmiotów prowadzących kształcenie zawodowe oraz sposób ich realizacji są uwarunkowane zmianami zachodzącymi w otoczeniu gospodarczo-społecznym, na które wpływają w szczególności: idea gospodarki opartej na wiedzy, globalizacja procesów gospodarczych i społecznych, rosnący udział handlu międzynarodowego, mobilność geograficzna i zawodowa, nowe techniki i technologie, a także wzrost oczekiwań pracodawców w zakresie poziomu wiedzy i umiejętności pracowników.

W procesie kształcenia zawodowego ważne jest integrowanie i korelowanie kształcenia ogólnego i zawodowego, w tym doskonalenie kompetencji kluczowych nabytych w procesie kształcenia ogólnego, z uwzględnieniem niższych etapów edukacyjnych. Odpowiedni poziom wiedzy ogólnej powiązanej z wiedzą zawodową przyczyni się do podniesienia poziomu umiejętności zawodowych absolwentów szkół kształcących w zawodach, a tym samym zapewni im możliwość sprostania wyzwaniom zmieniającego się rynku pracy.

W procesie kształcenia zawodowego są podejmowane działania wspomagające rozwój każdego uczącego się, stosownie do jego potrzeb i możliwości, ze szczególnym uwzględnieniem indywidualnych ścieżek edukacji i kariery, możliwości podnoszenia poziomu wykształcenia i kwalifikacji zawodowych oraz zapobiegania przedwczesnemu kończeniu nauki.

Elastycznemu reagowaniu systemu kształcenia zawodowego na potrzeby rynku pracy krajowego i zagranicznego, jego otwartości na uczenie się przez całe życie oraz mobilności edukacyjnej i zawodowej absolwentów ma służyć wyodrębnienie kwalifikacji w ramach poszczególnych zawodów wpisanych do klasyfikacji zawodów szkolnictwa zawodowego.

Kurs przeznaczony jest dla osób, które mają, różny poziom wiedzy i umiejętności wyniesiony z dotychczasowego kształcenia, różny bagaż doświadczeń zawodowych co często stanowi dużą trudność podczas prowadzenia zajęć. Wobec powyższego należy nauczanie zorganizować tak, aby zapewnić każdemu uczestnikowi ciągły przyrost kompetencji, tj. wiadomości i umiejętności w określonym obszarze. Nauczyciel powinien uwzględniać indywidualne możliwości uczestników, bądź poprzez pracę indywidualną na zajęciach, bądź też przez stosowanie zróżnicowanych zadań i ćwiczeń dostosowanych do indywidualnego poziomu uczestników. Zastosowanie tych wskazówek jest trudne w czasie zajęć wprowadzającej nowy materiał. Praca uczestnika kursu powinna być jednolita podczas opracowywania nowych zagadnień

programowych natomiast zróżnicowana na zajęciach praktycznych. Należy zachęcać wszystkich uczestników do wysiłku intelektualnego w procesie rozwiązywania problemów.

Szczególną uwagę należy zwrócić na realizację efektu kształcenia związanego z kompetencjami społecznymi, odpowiedzialności za własną pracę i pracę zespołu, które w chwili obecnej są najbardziej pożądane przez pracodawców na rynku pracy.

Modułowy program kursu umiejętności zawodowych wychodzi naprzeciw oczekiwaniom współczesnego rynku pracy i pracodawców. Zgodnie z założeniami, program odpowiada na potrzeby pracodawców rynku przemysłu mody. Potwierdzeniem tego jest współpraca w procesie pisania oraz pozytywna opinia programu Sektorowej Rady ds. Kompetencji Przemysłu Mody i Innowacyjnych Tekstyliów. Pozwala na tworzenie elastycznej, dostosowanej do oczekiwań pracodawców, drogi nabywania umiejętności zawodowych poprzez łączenie teorii z praktyką. Program ten umożliwia nabycie określonej wiedzy i opanowanie umiejętności potrzebnych do wykonania zadania zawodowego. Prowadzony jest według modułowego programu nauczania, zgodnie z podstawą programową kształcenia w zawodzie, w zakresie jednej jednostki efektów kształcenia dla kwalifikacji w formie stacjonarnej wyodrębnionej w zawodzie technik przemysłu mody.

Zadania zawodowe

Uczestnik kursu umiejętności zawodowych MOD.11. 4.Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych przygotowany jest do wykonywania następujących zadań zawodowych:

- prowadzenia działań związanych z marketingiem wyrobów odzieżowych.
- prowadzenia działań związanych ze sprzedażą wyrobów odzieżowych.

Uczestnik kursu umiejętności zawodowych MOD.11.4.Organizowanie działań związanych z marketingiem realizuje zadania związane z projektowaniem kolekcji wyrobów odzieżowych oraz organizowaniem i prowadzeniem działań związanych z marketingiem mody; promocją, kontraktacją i sprzedażą wyrobów odzieżowych.

Realizując program nauczania założono realizację 25 % godzin przewidzianych na realizację zajęć z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość. Przed rozpoczęciem lub na początku kursu obowiązkowo należy zorganizować szkolenie dla uczestników zajęć po ukończeniu, którego powinni oni posiadać wiedzę i umiejętności pozwalające na samodzielne poruszanie się po platformie edukacyjnej. Treści realizowane na odległość dotyczą tylko kształcenia teoretycznego realizowanego w poszczególnych jednostkach modułowych. Sugeruje się wybór podstawowych zagadnień związanych z realizowaną tematyką. Kształcenie zawodowe praktyczne realizowane jest stacjonarnie.

Mapa dydaktyczna kursu umiejętności zawodowych MOD.11.4. Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych

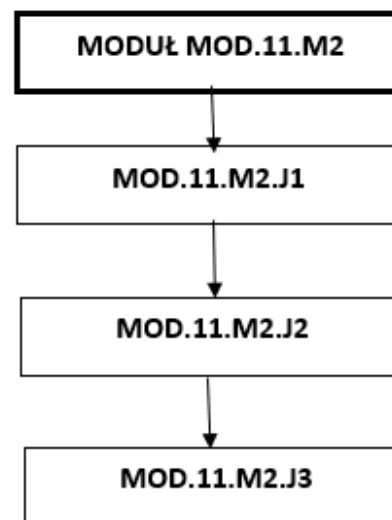


Tabela 1 Zestawienie jednostek modułowych dla modułu z liczbą godzin kursu umiejętności zawodowych

KUZ	Symbol jednostki modułowej	Zestawienie jednostek modułowych	Liczba godzin*)
MOD.11.4.Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych 150 godz.		Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych	
	MOD.11.M2.J1	Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych	40
	MOD.11.M2.J2	Marketing wyrobów odzieżowych	60
	MOD.11.M2.J3	Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych	50
Razem			150

*) Liczba godzin przypisana dla modułu, uwzględnia minimalną liczbę godzin przewidzianą w podstawie programowej na realizację efektów kształcenia ujętych w jednostkach efektów (przy założeniu, że kształcenie odbywa się w systemie dziennym lub stacjonarnym). W przypadku kształcenia w systemie zaocznym liczbę godzin można obniżyć zgodnie z aktualnymi przepisami oświatowymi.

- 1) MOD.11.6 KPS - nauczyciele wszystkich obowiązkowych zajęć edukacyjnych z zakresu kształcenia zawodowego powinni stwarzać uczestnikom/uczestnikom warunki do nabywania kompetencji personalnych i społecznych.
- 2) MOD.11.7 OMZ nauczyciele wszystkich obowiązkowych zajęć edukacyjnych z zakresu kształcenia zawodowego powinni stwarzać słuchaczom/ uczestnikom warunki do nabywania umiejętności w zakresie organizacji pracy małych zespołów.

2. Plan zajęć kursu umiejętności zawodowych Wykonywanie napraw, renowacji i rozbiórek konstrukcji drewnianych

2.1. Pogrupowanie efektów kształcenia

Przyporządkowanie efektów kształcenia wraz z kryteriami weryfikacji do poszczególnych jednostek modułowych

Tabela 2 MOD.11.4 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych

Efekty kształcenia Stopniowane efektów kształcenia efekt kluczowy ek, efekt ważny ew, efekt pomocniczy ep.	Liczba godzin na efekt kształcenia	Kryteria weryfikacji	Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora		
			MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych	MOD.11.M2.J2 Marketing wyrobów odzieżowych	MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych
określa potrzeby grup docelowych klientów (ew)	10	wskazuje źródła informacji o aktualnych trendach w modzie	x		
		opisuje rynek mody wyrobów odzieżowych	x		
		określa typy klientów	x		
		identyfikuje rodzaje potrzeb klientów	x		
		określa cechy wspólne określonej grupy docelowej.	x		
projektuje wyroby odzieżowe, uwzględniając aktualne trendy w modzie (ek)	25	określa źródła inspiracji kulturą regionalną, historyczną	x		
		identyfikuje trendy w modzie w danym sezonie	x		
		dobiera elementy charakterystyczne dla trendów w modzie do projektowanych wyrobów odzieżowych	x		



Efekty kształcenia Stopniowane efektów kształcenia efekt kluczowy ek, efekt ważny ew, efekt pomocniczy ep.	Liczba godzin na efekt kształcenia	Kryteria weryfikacji	Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora		
			MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych	MOD.11.M2.J2 Marketing wyrobów odzieżowych	MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych
		stosuje obowiązujące na dany sezon tkaniny, kolory, dodatki, elementy zdobnicze i fasony	x		
		określa cechy kolekcji wyrobów odzieżowych	x		
		projektuje kolekcje wyrobów odzieżowych uwzględniając aktualne trendy w modzie i grupy docelowe klientów	x		
określa instrumenty promocji wyrobów odzieżowych stosowane na rynku mody (ew)	30	dobiera instrumenty promocji wyrobów odzieżowych		x	
		wskazuje narzędzia promocji i sprzedaży wyrobów odzieżowych		x	
		określa cele promocji wyrobów odzieżowych		x	
		identyfikuje rodzaje nośników reklamy zewnętrznej		x	
		dobiera metody promocji kolekcji wyrobów odzieżowych		x	
		identyfikuje rodzaje nośników reklamy internetowej		x	
		wskazuje narzędzia wykorzystywane w public relations		x	
		wskazuje nazwy portali społecznościowych wykorzystywanych do promocji marki modowej		x	



Efekty kształcenia Stopniowane efektów kształcenia efekt kluczowy ek, efekt ważny ew, efekt pomocniczy ep.	Liczba godzin na efekt kształcenia	Kryteria weryfikacji	Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wytrobów odzieżowych Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora		
			MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wytrobów odzieżowych	MOD.11.M2.J2 Marketing wytrobów odzieżowych	MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wytrobów odzieżowych
organizuje działania związane z kontraktacją kolekcji wytrobów odzieżowych (ek)	5	określa działania związane z kontraktacją kolekcji wytrobów odzieżowych	x		
		dobiera proces wyboru i zamówienia kolekcji odzieży	x		
		rozdźnia zasady kontraktacji kolekcji odzieży	x		
wyznacza strategie i kanały dystrybucji wytrobów odzieżowych (ek)	20	określa funkcje dystrybucji		x	
		wymienia pośredników w kanałach dystrybucji		x	
		wskazuje rodzaje kanałów dystrybucji		x	
		wymienia strategie dystrybucji		x	
		stosuje kryteria doboru kanałów dystrybucji wytrobów odzieżowych		x	
określa działania z zakresu marketingu mody (ew)	10	rozpoznaje działania z zakresu marketingu mody		x	
		wskazuje elementy tworzenia tożsamości marki i rozpoznawalności przez potencjalnych klientów na rynku		x	
		wymienia kategorie marek		x	
		wymienia elementy marketingu		x	
		wskazuje narzędzia komunikacji służące promocji marek modowych		x	
aranżuje przestrzeń wystawową i sprzedażową salonów odzieżowych (ep)	30	wymienia narzędzia sprzedaży wizualnej			X
		rozdźnia rodzaje powierzchni wystawowej i sprzedażowej			X
		rozpoznaje rodzaje wystaw			X



Efekty kształcenia Stopniowane efektów kształcenia efekt kluczowy ek, efekt ważny ew, efekt pomocniczy ep.	Liczba godzin na efekt kształcenia	Kryteria weryfikacji	Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wytrobów odzieżowych Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora		
			MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wytrobów odzieżowych	MOD.11.M2.J2 Marketing wytrobów odzieżowych	MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wytrobów odzieżowych
		stosuje zasady wykonania kompozycji wystawy sprzedażowej			X
		dobiera sprzęt wystawowy			X
		wyróżnia strefy salonów odzieżowych			X
		wymienia zasady ekspozycji towarów w poszczególnych strefach salonów odzieżowych			X
		wskazuje zasady pozycjonowania produktów			X
		wykonuje projekt graficzny zagospodarowania przestrzeni sklepowej			X
		wykonuje projekt graficzny przestrzeni wystawowej i sprzedażowej salonów odzieżowych			X
		określa zasady projektowania przestrzeni wystawowej i sprzedażowej			X
		stosuje zasady działalności marketingowej w procesie aranżowania przestrzeni salonów odzieżowych			X
opracowuje koncepcje sprzedaży internetowej wytrobów odzieżowych (ek)	20	wymienia cechy sklepu internetowego			X
		stosuje przepisy prawa dotyczące sprzedaży internetowej wytrobów odzieżowych			X
		omawia „zasadę trzech e” w obsłudze klienta: etyka, estetyka, etykieta			X



Efekty kształcenia Stopniowane efektów kształcenia efekt kluczowy ek, efekt ważny ew, efekt pomocniczy ep.	Liczba godzin na efekt kształcenia	Kryteria weryfikacji	Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wytrobów odzieżowych Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora		
			MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wytrobów odzieżowych	MOD.11.M2.J2 Marketing wytrobów odzieżowych	MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wytrobów odzieżowych
		przestrzega zasad kultury w sprzedaży internetowej wytrobów odzieżowych			X
		określa metody i narzędzia sprzedaży internetowej wytrobów odzieżowych,			X
		omawia zasady sprzedaży internetowej			X
Razem liczba godzin w jednostce efektów kształcenia	Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wytrobów odzieżowych 150 godzin				

Tabela 3 MOD.11.6.Kompetencje personalne i społeczne

Efekty kształcenia dla Stopniowane efektów kształcenia efekt kluczowy ek, efekt ważny ew, efekt pomocniczy ep	Kryteria weryfikacji	Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora		
		MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych	MOD.11.M2.J2 Marketing wyrobów odzieżowych	MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych
przestrzega zasad kultury osobistej i etyki zawodowej (ek)	stosuje zasady kultury osobistej i ogólnie przyjęte normy zachowania w środowisku pracy			X
	przyjmuje odpowiedzialność za powierzone informacje zawodowe			
	respektuje zasady dotyczące przestrzegania tajemnicy związanej z wykonywanym zawodem i miejscem pracy	x		
	wyjaśnia, na czym polega zachowanie etyczne	x		
	wskazuje przykłady zachowań etycznych	x		
planuje wykonanie zadania (ew)	omawia czynności realizowane w ramach czasu pracy			
	określa czas realizacji zadań			
	realizuje działania w wyznaczonym czasie	x		
	monitoruje realizację zaplanowanych działań	x		
	dokonuje modyfikacji zaplanowanych działań			
ponosi odpowiedzialność za podejmowane działania (ew)	przewiduje skutki, w tym prawne, podejmowanych działań		x	
	wykazuje odpowiedzialność za wykonywaną pracę			
	ocenia podejmowane działania			
	przewiduje konsekwencje niewłaściwego wykonywania czynności zawodowych na stanowisku pracy, w tym posługiwania się niebezpiecznymi substancjami oraz niewłaściwej eksploatacji maszyn i urządzeń na stanowisku pracy			

Efekty kształcenia dla Stopniowane efektów kształcenia efekt kluczowy ek, efekt ważny ew, efekt pomocniczy ep	Kryteria weryfikacji	Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora		
		MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych	MOD.11.M2.J2 Marketing wyrobów odzieżowych	MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych
wykazuje się kreatywnością i otwartością na zmiany (ek)	podaje przykłady wpływu zmiany na różne sytuacje społeczne i gospodarcze		x	
	wskazuje przykłady wprowadzenia zmiany i ocenia skutki jej wprowadzenia		x	
	proponuje sposoby rozwiązywania problemów związanych z wykonywaniem zadań zawodowych w nietypowych sytuacjach		x	
stosuje techniki radzenia sobie ze stresem (ew)	rozpoznaje źródła stresu podczas wykonywania zadań zawodowych			
	wybiera techniki radzenia sobie ze stresem odpowiednio do sytuacji	x		
	wskazuje najczęstsze przyczyny sytuacji stresowych w pracy zawodowej	x		
	przedstawia różne formy zachowań asertywnych jako sposoby radzenia sobie ze stresem			X
	rozróżnia techniki rozwiązywania konfliktów związanych z wykonywaniem zadań zawodowych			X
	określa skutki stresu			X
doskonali umiejętności zawodowe (ep)	pozyskuje z różnych źródeł informacje zawodoznawcze dotyczące przemysłu			
	określa zakres umiejętności i kompetencji niezbędnych do wykonywania zawodu			
	analizuje własne kompetencje		x	
	wyznacza cele własnego rozwoju zawodowego		x	
	planuje drogę doskonalenia się w zawodzie			

Efekty kształcenia dla Stopniowane efektów kształcenia efekt kluczowy ek, efekt ważny ew, efekt pomocniczy ep	Kryteria weryfikacji	Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora		
		MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych	MOD.11.M2.J2 Marketing wyrobów odzieżowych	MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych
	wskazuje możliwości podnoszenia kompetencji zawodowych, osobistych i społecznych			
stosuje zasady komunikacji interpersonalnej (ew)	identyfikuje sygnały werbalne i niewerbalne	x		
	stosuje aktywne metody słuchania	x		
	prowadzi dyskusje	x		
	udziela informacji zwrotnej	x		
negocjuje warunki porozumień (ek)	charakteryzuje właściwą postawę osoby prowadzącej negocjacje		x	
	wskazuje sposoby negocjowania warunków porozumienia		x	
stosuje metody i techniki rozwiązywania problemów (ep)	opisuje sposoby przeciwdziałania problemom w zespole realizującym zadania			
	opisuje techniki rozwiązywania problemów	x		
	wskazuje na wybranych przykładach, metody i techniki rozwiązywania problemów			X
współpracuje w zespole (ew)	pracuje w zespole, ponosząc odpowiedzialność za wspólnie realizowane zadania		x	
	przestrzega podziału ról, zadań i odpowiedzialności w zespole		x	
	angażuje się w realizację wspólnych działań zespołu		x	
	modyfikuje sposób zachowania uwzględniając stanowisko wypracowane wspólnie z innymi członkami zespołu.			



Efekty kształcenia dla Stopniowane efektów kształcenia efekt kluczowy ek, efekt ważny ew, efekt pomocniczy ep	Kryteria weryfikacji	Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wytrobów odzieżowych Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora		
		MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wytrobów odzieżowych	MOD.11.M2.J2 Marketing wytrobów odzieżowych	MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wytrobów odzieżowych
Razem liczba godzin w jednostce efektów kształcenia	Kompetencje personalne i społeczne kształtowane są w czasie całego okresu kształcenia w ramach poszczególnych zajęć. Nauczyciele wszystkich obowiązkowych zajęć edukacyjnych z zakresu kształcenia zawodowego powinni stwarzać uczestnikom warunki do nabywania kompetencji personalnych i społecznych.			

Tabela 4 MOD.11.7. Organizacja pracy małych zespołów

Efekty kształcenia Stopniowane efektów kształcenia efekt kluczowy ek, efekt ważny ew, efekt pomocniczy ep	Liczba godzin na efekt kształcenia	Kryteria weryfikacji	Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora		
			MOD.11.M1.J1 Dokumentacja procesu produkcji odzieży	MOD.11.M1.2 Proces technologiczny w krojowni	MOD.11.M1.J3 Proces technologiczny w szwalni
organizuje pracę zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań (ek)		określa strukturę grupy			
		przygotowuje zadania zespołu do realizacji			
		planuje realizację zadań zapobiegających zagrożeniom bezpieczeństwa i ochrony zdrowia			
		oszacowuje czas potrzebny na realizację określonego zadania			
		komunikuje się ze współpracownikami	x		
		wskazuje prawidłowe wzorce współpracy w grupie	x		
dobiera osoby do wykonania przydzielonych zadań(ew)		przydziela zadania członkom zespołu zgodnie z harmonogramem planowanych prac	x		
		ocenia przydatność poszczególnych członków zespołu do wykonania zadania			
kieruje wykonaniem przydzielonych zadań (ek)		rozdziela zadania według umiejętności i kompetencji członków zespołu	x		X
		ustala kolejność wykonywania zadań zgodnie z harmonogramem prac			X
		formułuje zasady wzajemnej pomocy	x		
		koordynuje realizację zadań zapobiegających zagrożeniom bezpieczeństwa i ochrony zdrowia	x		
		wydaje dyspozycje osobom wykonującym poszczególne zadania	x		
		monitoruje proces wykonywania zadań		x	X



Efekty kształcenia Stopniowane efektów kształcenia efekt kluczowy ek, efekt ważny ew, efekt pomocniczy ep	Liczba godzin na efekt kształcenia	Kryteria weryfikacji	Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora		
			MOD.11.M1.J1 Dokumentacja procesu produkcji odzieży	MOD.11.M1.2 Proces technologiczny w krojowni	MOD.11.M1.J3 Proces technologiczny w szwalni
		opracowuje dokumentację dotyczącą realizacji zadania według panujących standardów			
ocenia jakość wykonania przydzielonych zadań (ep)		kontroluje efekty pracy zespołu	x		
		ocenia pracę poszczególnych członków zespołu pod względem zgodności z warunkami technicznymi odbioru prac			X
		udziela wskazówek w celu prawidłowego wykonania przydzielonych zadań		x	X
wprowadza rozwiązania techniczne i organizacyjne wpływające na poprawę warunków i jakości pracy (ew)		dokonyuje analizy rozwiązań technicznych oraz organizacyjnych pod względem warunków i jakości pracy			X
		proponuje rozwiązania techniczne i organizacyjne mające na celu poprawę warunków i jakości pracy			x
Razem liczba godzin w jednostce efektów kształcenia	Organizacja pracy małych zespołów te efekty kształtowane są w czasie całego okresu kształcenia w ramach poszczególnych zajęć. Nauczyciele wszystkich obowiązkowych zajęć edukacyjnych z zakresu kształcenia zawodowego powinni stwarzać słuchaczom warunki do nabywania umiejętności i z zakresu organizacji pracy małych zespołów.				

Grupowanie efektów kształcenia w jednostki modułowe
Tabela 5 Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych

Nazwa jednostki efektów kształcenia	Efekt kształcenia	Kryteria weryfikacji	Grupowanie efektów kształcenia w jednostki modułowe Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora	Liczba godzin na poszczególne efekty kształcenia uwzględniająca minimalną liczbę określoną w podstawie programowej
MOD.11.4 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych	określa potrzeby grup docelowych klientów (ew)*)	<ul style="list-style-type: none"> wskazuje źródła informacji o aktualnych trendach w modzie. opisuje rynek mody wyrobów odzieżowych. określa typy klientów identyfikuje rodzaje potrzeb klientów. określa cechy wspólne określonej grupy docelowej. . 	MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych	10
	projektuje wyroby odzieżowe, uwzględniając aktualne trendy w modzie(ek)	<ul style="list-style-type: none"> określa źródła inspiracji kulturą regionalną, historyczną. identyfikuje trendy w modzie w danym sezonie. dobiera elementy charakterystyczne dla trendów w modzie do projektowanych wyrobów odzieżowych. stosuje obowiązujące na dany sezon tkaniny, kolory, określa cechy kolekcji wyrobów odzieżowych. projektuje kolekcje wyrobów odzieżowych. 	MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych	25

Nazwa jednostki efektów kształcenia	Efekt kształcenia	Kryteria weryfikacji	Grupowanie efektów kształcenia w jednostki modułowe Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora	Liczba godzin na poszczególne efekty kształcenia uwzględniająca minimalną liczbę określoną w podstawie programowej
	określa instrumenty promocji wyrobów odzieżowych stosowane na rynku mody (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – dobiera instrumenty promocji wyrobów odzieżowych. – wskazuje narzędzia promocji i sprzedaży wyrobów odzieżowych. – określa cele promocji wyrobów odzieżowych. – identyfikuje rodzaje nośników reklamy zewnętrznej – dobiera metody promocji kolekcji wyrobów odzieżowych. – identyfikuje rodzaje nośników reklamy internetowej. – wskazuje narzędzia wykorzystywane w public relations. – wskazuje nazwy portali społecznościowych wykorzystywanych do promocji marki modowej. 	MOD.11.M2.J2 Marketing wyrobów odzieżowych	30
	organizuje działania związane z kontraktacją kolekcji wyrobów odzieżowych (ek)	<ul style="list-style-type: none"> – określa działania związane z kontraktacją kolekcji wyrobów odzieżowych. – dobiera proces wyboru i zamówienia kolekcji odzieży. – rozróżnia zasady kontraktacji kolekcji odzieży. 	MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych	5

Nazwa jednostki efektów kształcenia	Efekt kształcenia	Kryteria weryfikacji	Grupowanie efektów kształcenia w jednostki modułowe Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora	Liczba godzin na poszczególne efekty kształcenia uwzględniająca minimalną liczbę określoną w podstawie programowej
	wyznacza strategie i kanały dystrybucji wyrobów (ek)*)	<ul style="list-style-type: none"> – określa funkcje dystrybucji. – wymienia pośredników w kanałach dystrybucji. – wskazuje rodzaje kanałów dystrybucji. – wymienia strategie dystrybucji. – stosuje kryteria doboru kanałów dystrybucji wyrobów odzieżowych. 	MOD.11.M2.J2 Marketing wyrobów odzieżowych	20
	określa działania z zakresu marketingu mody (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – rozpoznaje działania z zakresu marketingu mody. – wskazuje elementy tworzenia tożsamości marki i rozpoznawalności przez potencjalnych klientów na rynku. – wymienia kategorie marek. – wymienia elementy marketingu. – wskazuje narzędzia komunikacji służące promocji marek modowych. 	MOD.11.M2.J2 Marketing wyrobów odzieżowych	10



Nazwa jednostki efektów kształcenia	Efekt kształcenia	Kryteria weryfikacji	Grupowanie efektów kształcenia w jednostki modułowe Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora	Liczba godzin na poszczególne efekty kształcenia uwzględniająca minimalną liczbę określoną w podstawie programowej
	aranżuje przestrzeń wystawową i sprzedażową salonów odzieżowych(ep)	<ul style="list-style-type: none"> – wymienia narzędzia sprzedaży wizualnej. – rozróżnia rodzaje powierzchni wystawowej i sprzedażowej. – rozpoznaje rodzaje wystaw. – stosuje zasady wykonania kompozycji wystawy sprzedażowej. – dobiera sprzęt wystawowy. – wyróżnia strefy salonów odzieżowych. – wymienia zasady ekspozycji towarów w poszczególnych strefach salonów odzieżowych. – wskazuje zasady pozycjonowania produktów. – wykonuje projekt graficzny zagospodarowania przestrzeni sklepowej. – wykonuje projekt graficzny przestrzeni wystawowej. – określa zasady projektowania przestrzeni wystawowej i sprzedażowej. – stosuje zasady działalności marketingowej w procesie aranżowania przestrzeni salonów odzieżowych. 	MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych	30

Nazwa jednostki efektów kształcenia	Efekt kształcenia	Kryteria weryfikacji	Grupowanie efektów kształcenia w jednostki modułowe Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora	Liczba godzin na poszczególne efekty kształcenia uwzględniająca minimalną liczbę określoną w podstawie programowej
	opracowuje koncepcje sprzedaży internetowej wyrobów odzieżowych (ek)*)	<ul style="list-style-type: none"> wymienia cechy sklepu internetowego stosuje przepisy prawa dotyczące sprzedaży internetowej wyrobów odzieżowych. omawia „zasadę trzech e” w obsłudze klienta: etyka, estetyka, etykieta. przestrzega zasad kultury w sprzedaży internetowej wyrobów odzieżowych. określa metody i narzędzia sprzedaży internetowej wyrobów odzieżowych. omawia zasady sprzedaży internetowej. 	MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych	20
MOD.11.6. Kompetencje personalne i społeczne	przestrzega zasad kultury osobistej i etyki zawodowej (ek)	<ul style="list-style-type: none"> respektuje zasady dotyczące przestrzegania tajemnicy związanej z wykonywanym zawodem i miejscem pracy. wyjaśnia, na czym polega zachowanie etyczne w wykonywanym zawodzie. wskazuje przykłady zachowań etycznych 	MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych	
	planuje wykonanie zadania (ew)	<ul style="list-style-type: none"> realizuje działania w wyznaczonym czasie. monitoruje realizację zaplanowanych działań 	MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych	
	ponosi odpowiedzialność za	<ul style="list-style-type: none"> przewiduje skutki, w tym prawne, podejmowanych działań. 	MOD.11.M2.J2 Marketing wyrobów odzieżowych	

Nazwa jednostki efektów kształcenia	Efekt kształcenia	Kryteria weryfikacji	Grupowanie efektów kształcenia w jednostki modułowe Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora	Liczba godzin na poszczególne efekty kształcenia uwzględniająca minimalną liczbę określoną w podstawie programowej
	podejmowane działania (ew)			
	wykazuje się kreatywnością i otwartością na zmiany (ek)	<ul style="list-style-type: none">– podaje przykłady wpływu zmiany na różne sytuacje społeczne i gospodarcze– wskazuje przykłady wprowadzenia zmiany i ocenia skutki jej wprowadzenia.	MOD.11.M2.J2 Marketing wyrobów odzieżowych	
		<ul style="list-style-type: none">– proponuje sposoby rozwiązywania problemów związanych z wykonywaniem zadań zawodowych w nietypowych sytuacjach.		
	stosuje techniki radzenia sobie ze stresem (ew)	<ul style="list-style-type: none">– wybiera techniki radzenia sobie ze stresem odpowiednio do sytuacji.– wskazuje najczęstsze przyczyny sytuacji stresowych w pracy zawodowej.	MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych	
		<ul style="list-style-type: none">– przedstawia różne formy zachowań asertywnych jako sposoby radzenia sobie ze stresem.– rozróżnia techniki rozwiązywania konfliktów związanych z wykonywaniem zadań zawodowych.– określa skutki stresu.	MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych	

Nazwa jednostki efektów kształcenia	Efekt kształcenia	Kryteria weryfikacji	Grupowanie efektów kształcenia w jednostki modułowe Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora	Liczba godzin na poszczególne efekty kształcenia uwzględniająca minimalną liczbę określoną w podstawie programowej
	stosuje zasady komunikacji interpersonalnej (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – identyfikuje sygnały werbalne i niewerbalne. – stosuje aktywne metody słuchania. – prowadzi dyskusje. – udziela informacji zwrotnej. 	MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych	
	negocjuje warunki porozumień (ek)	<ul style="list-style-type: none"> – charakteryzuje właściwą postawę osoby prowadzącej negocjacje. – wskazuje sposoby negocjowania warunków porozumienia. 	MOD.11.M2.J2 Marketing wyrobów odzieżowych	
	stosuje metody i techniki rozwiązywania (ep)	– opisuje techniki rozwiązywania problemów.	MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych	
		– wskazuje, na wybranych przykładach, metody i techniki rozwiązywania problemu	MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych	
	współpracuje w zespole (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – pracuje w zespole, ponosząc odpowiedzialność za – wspólnie realizowane zadania. – przestrzega podziału ról, zadań i odpowiedzialności w zespole. – angażuje się w realizację wspólnych działań zespołu. 	MOD.11.M2.J2 Marketing wyrobów odzieżowych	

Nazwa jednostki efektów kształcenia	Efekt kształcenia	Kryteria weryfikacji	Grupowanie efektów kształcenia w jednostki modułowe Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora	Liczba godzin na poszczególne efekty kształcenia uwzględniająca minimalną liczbę określoną w podstawie programowej
MOD.11.7. Organizacja pracy małych zespołów	organizuje pracę zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań (ek)	<ul style="list-style-type: none"> – komunikuje się ze współpracownikami. – wskazuje prawidłowe wzorce współpracy w grupie. – przydziela zadania członkom zespołu zgodnie z harmonogramem planowanych prac. 	MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych	
	dobiera osoby do wykonania przydzielonych zadań (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – rozdziela zadania według umiejętności i kompetencji. 	MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych	
	kieruje wykonaniem przydzielonych zadań (ek)	<ul style="list-style-type: none"> – ustala kolejność wykonywania zadań zgodnie z harmonogramem prac. 	MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych	
		<ul style="list-style-type: none"> – formułuje zasady wzajemnej pomocy. – koordynuje realizację zadań zapobiegających zagrożeniom bezpieczeństwa i ochrony zdrowia. – wydaje dyspozycje osobom wykonującym. 	MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych	

Nazwa jednostki efektów kształcenia	Efekt kształcenia	Kryteria weryfikacji	Grupowanie efektów kształcenia w jednostki modułowe Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora	Liczba godzin na poszczególne efekty kształcenia uwzględniająca minimalną liczbę określoną w podstawie programowej
	ocenia jakość wykonania przydzielonych zadań (ep)	– kontroluje efekty pracy zespołu.	MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych	
		– ocenia pracę poszczególnych członków zespołu pod względem zgodności z warunkami technicznymi odbioru prac. – udziela wskazówek w celu prawidłowego wykonania przydzielonych zadań.	MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych	
	wprowadza rozwiązania techniczne i organizacyjne wpływające na poprawę warunków i jakości pracy (ew)	– dokonuje analizy rozwiązań technicznych oraz organizacyjnych pod względem warunków i jakości pracy – proponuje rozwiązania techniczne i organizacyjne mające na celu poprawę warunków i jakości pracy	MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych	

*) możliwe kształcenie treści teoretycznych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

2.2. Określenie liczby godzin na kształcenie zawodowe

Określenie liczby godzin poszczególnych modułów / jednostek modułowych

Tabela 6 Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych

Jednostka modułów Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora	Liczba godzin	Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji realizowane w ramach jednostek modułowych
MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych	40	określa potrzeby grup docelowych klientów (ew)	<ul style="list-style-type: none"> wskazuje źródła informacji o aktualnych trendach w modzie opisuje rynek mody wyrobów odzieżowych określa typy klientów identyfikuje rodzaje potrzeb klientów określa cechy wspólne określonej grupy docelowej
		projektuje wyroby odzieżowe, uwzględniając aktualne trendy w modzie (ek)	<ul style="list-style-type: none"> określa źródła inspiracji kulturą regionalną, historyczną identyfikuje trendy w modzie w danym sezonie dobiera elementy charakterystyczne dla trendów w modzie do projektowanych wyrobów odzieżowych stosuje obowiązujące na dany sezon tkaniny, kolory, określa cechy kolekcji wyrobów odzieżowych projektuje kolekcje wyrobów odzieżowych
		organizuje działania związane z kontraktacją kolekcji wyrobów odzieżowych (ek)	<ul style="list-style-type: none"> określa działania związane z kontraktacją kolekcji wyrobów odzieżowych dobiera proces wyboru i zamówienia kolekcji odzieży rozdziela zasady kontraktacji kolekcji odzieży
		przestrzega zasad kultury osobistej i etyki zawodowej (ek)	<ul style="list-style-type: none"> respektuje zasady dotyczące przestrzegania tajemnicy związanej z wykonywanym zawodem i miejscem pracy wyjaśnia, na czym polega zachowanie etyczne w wykonywanym zawodzie wskazuje przykłady zachowań etycznych
		planuje wykonanie zadania (ew)	<ul style="list-style-type: none"> realizuje działania w wyznaczonym czasie monitoruje realizację zaplanowanych działań
		stosuje techniki radzenia sobie ze stresem (ew)	<ul style="list-style-type: none"> wybiera techniki radzenia sobie ze stresem odpowiednio do sytuacji wskazuje najczęstsze przyczyny sytuacji stresowych w pracy zawodowej



Jednostka modułów Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora	Liczba godzin	Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji realizowane w ramach jednostek modułowych
		stosuje zasady komunikacji interpersonalnej (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – identyfikuje sygnały werbalne i niewerbalne – stosuje aktywne metody słuchania – prowadzi dyskusje – udziela informacji zwrotnej
		stosuje metody i techniki rozwiązywania problemów (ep)	<ul style="list-style-type: none"> – opisuje techniki rozwiązywania problemów
		organizuje pracę zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań (ek)	<ul style="list-style-type: none"> – komunikuje się ze współpracownikami – wskazuje prawidłowe wzorce współpracy w grupie – przydziela zadania członkom zespołu zgodnie z harmonogramem planowanych prac
		kieruje wykonaniem przydzielonych zadań (ek)	<ul style="list-style-type: none"> – formułuje zasady wzajemnej pomocy – koordynuje realizację zadań zapobiegających zagrożeniom bezpieczeństwa i ochrony zdrowia – wydaje dyspozycje osobom wykonującym
		ocenia jakość wykonania przydzielonych zadań (ep)	<ul style="list-style-type: none"> – kontroluje efekty pracy zespołu – udziela wskazówek w celu prawidłowego wykonania przydzielonych zadań
MOD.11.M2.J2 Marketing wyrobów odzieżowych	60	określa instrumenty promocji wyrobów odzieżowych stosowane na rynku mody (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – dobiera instrumenty promocji wyrobów odzieżowych – wskazuje narzędzia promocji i sprzedaży wyrobów odzieżowych – określa cele promocji wyrobów odzieżowych – identyfikuje rodzaje nośników reklamy zewnętrznej – dobiera metody promocji kolekcji wyrobów odzieżowych – identyfikuje rodzaje nośników reklamy internetowej – wskazuje narzędzia wykorzystywane w public relations – wskazuje nazwy portali społecznościowych wykorzystywanych do promocji marki modowej
		wyznacza strategię i kanały dystrybucji wyrobów (ek)	<ul style="list-style-type: none"> – określa funkcje dystrybucji – wymienia pośredników w kanałach dystrybucji – wskazuje rodzaje kanałów dystrybucji

Jednostka modułów Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora	Liczba godzin	Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji realizowane w ramach jednostek modułowych
			<ul style="list-style-type: none"> wymienia strategie dystrybucji stosuje kryteria doboru kanałów dystrybucji wyrobów odzieżowych
		określa działania z zakresu marketingu mody (ew)	<ul style="list-style-type: none"> rozpoznaje działania z zakresu marketingu mody wskazuje elementy tworzenia tożsamości marki i rozpoznawalności przez potencjalnych klientów na rynku wymienia kategorie marek wymienia elementy marketingu wskazuje narzędzia komunikacji służące promocji
		ponosi odpowiedzialność za podejmowane działania (ew)	<ul style="list-style-type: none"> przewiduje skutki, w tym prawne, podejmowanych działań
		wykazuje się kreatywnością i otwartością na zmiany (ek)	<ul style="list-style-type: none"> podaje przykłady wpływu zmiany na różne sytuacje społeczne i gospodarcze wskazuje przykłady wprowadzenia zmiany i ocenia skutki jej wprowadzenia proponuje sposoby rozwiązywania problemów związanych z wykonywaniem zadań zawodowych w nietypowych sytuacjach
		doskonali umiejętności zawodowe (ep)	<ul style="list-style-type: none"> określa zakres umiejętności i kompetencji niezbędnych do wykonywania zawodu analizuje własne kompetencje
		stosuje zasady komunikacji interpersonalnej (ew)	<ul style="list-style-type: none"> identyfikuje sygnały werbalne i niewerbalne stosuje aktywne metody słuchania prowdzi dyskusje udziela informacji zwrotnej
		negocjuje warunki porozumień (ek)	<ul style="list-style-type: none"> charakteryzuje właściwą postawę osoby prowadzącej negocjacje wskazuje sposoby negocjowania warunków porozumienia
		współpracuje w zespole (ew)	<ul style="list-style-type: none"> pracuje w zespole, ponosząc odpowiedzialność za wspólnie realizowane zadania przestrzega podziału ról, zadań i odpowiedzialności w zespole angażuje się w realizację wspólnych działań zespołu

Jednostka modułów Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora	Liczba godzin	Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji realizowane w ramach jednostek modułowych
		ocenia jakość wykonania przydzielonych zadań (ep)	– udziela wskazówek w celu prawidłowego wykonania przydzielonych zadań
MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych	50	aranżuje przestrzeń wystawową i sprzedażową salonów odzieżowych (ep)	<ul style="list-style-type: none"> – wymienia narzędzia sprzedaży wizualnej – rozróżnia rodzaje powierzchni wystawowej i sprzedażowej – rozpoznaje rodzaje wystaw – stosuje zasady wykonania kompozycji wystawy sprzedażowej – dobiera sprzęt wystawowy – wyróżnia strefy salonów odzieżowych – wymienia zasady ekspozycji towarów w poszczególnych strefach salonów odzieżowych – wskazuje zasady pozycjonowania produktów – wykonuje projekt graficzny zagospodarowania przestrzeni sklepowej – wykonuje projekt graficzny przestrzeni wystawowej – określa zasady projektowania przestrzeni wystawowej i sprzedażowej – stosuje zasady działalności marketingowej w procesie aranżowania przestrzeni salonów odzieżowych
		opracowuje koncepcje sprzedaży internetowej wyrobów odzieżowych (ek)	<ul style="list-style-type: none"> – wymienia cechy sklepu internetowego – stosuje przepisy prawa dotyczące sprzedaży internetowej wyrobów odzieżowych – omawia „zasadę trzech e” w obsłudze klienta: etyka, estetyka, etykieta – przestrzega zasad kultury w sprzedaży internetowej wyrobów odzieżowych – określa metody i narzędzia sprzedaży internetowej wyrobów odzieżowych – omawia zasady sprzedaży internetowej
		stosuje techniki radzenia sobie ze stresem (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – przedstawia różne formy zachowań asertywnych jako sposoby radzenia sobie ze stresem – rozróżnia techniki rozwiązywania konfliktów związanych z wykonywaniem zadań zawodowych – określa skutki stresu



Jednostka modułów Obowiązkowe zajęcia edukacyjne ustalone przez dyrektora	Liczba godzin	Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji realizowane w ramach jednostek modułowych
		dobiera osoby do wykonania przydzielonych zadań (ew)	– rozdziela zadania według umiejętności i kompetencji członków zespołu
		kieruje wykonaniem przydzielonych zadań (ek)	– ustala kolejność wykonywania zadań zgodnie z harmonogramem prac
		ocenia jakość wykonania przydzielonych zadań (ep)	<ul style="list-style-type: none"> – ocenia pracę poszczególnych członków zespołu pod względem zgodności z warunkami technicznymi odbioru prac – udziela wskazówek w celu prawidłowego wykonania przydzielonych zadań

2.3. Plan zajęć kursu umiejętności zawodowych

Tabela 7 Plan zajęć kursu umiejętności zawodowych MOD.11.4. Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych

Nazwa modułu	Nazwa jednostki modułowej	Liczba godzin*)
Moduł MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych	MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych	40
	MOD.11.M2.J2 Marketing wyrobów odzieżowych	60
	MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych	50
Łączna liczba godzin		150

- 1) Realizacja wszystkich jednostek modułowych odbywa się jako łączenie teorii z praktyką.
- 2) MOD.11.6 KPS - nauczyciele wszystkich obowiązkowych zajęć edukacyjnych z zakresu kształcenia zawodowego powinni stwarzać uczestnikom warunki o nabywania kompetencji personalnych i społecznych.
- 3) MOD.11.7 OMZ nauczyciele wszystkich obowiązkowych zajęć edukacyjnych z zakresu kształcenia zawodowego powinni stwarzać uczestnikom warunki do nabywania umiejętności w zakresie organizacji pracy małych zespołów
- 4) *) Liczba godzin przypisana dla modułu, uwzględnia minimalną liczbę godzin przewidzianą w podstawie programowej na realizację efektów kształcenia ujętych w jednostkach efektów (przy założeniu, że kształcenie odbywa się w systemie dziennym lub stacjonarnym). W przypadku kształcenia w systemie zaocznym liczbę godzin można obniżyć zgodnie z aktualnymi przepisami oświatowymi.

3. Cele kształcenia kursu umiejętności zawodowych

Modułowy program kursu umiejętności zawodowych wychodzi naprzeciw oczekiwaniom współczesnego rynku pracy i pracodawców. Pozwala na tworzenie elastycznej, dostosowanej do oczekiwań pracodawców, drogi nabywania umiejętności zawodowych poprzez łączenie teorii z praktyką. Program ten umożliwia nabycie określonej wiedzy i opanowanie umiejętności potrzebnych do wykonania zadania zawodowego. Prowadzony jest według programu nauczania, zgodnie z podstawą programową kształcenia w zawodzie, w zakresie jednej jednostki efektów kształcenia danej kwalifikacji.

Uczestnik kursu *MOD.11.4. Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych* przygotowany jest do wykonywania następujących zadań zawodowych:

- projektowania kolekcji wyrobów odzieżowych,
- prowadzenia działań związanych z marketingiem wyrobów odzieżowych,
- prowadzenia działań związanych ze sprzedażą wyrobów odzieżowych.

Uczestnik kursu umiejętności zawodowych *MOD.11.4. Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych* realizuje zadania związane z projektowaniem kolekcji wyrobów odzieżowych oraz organizowaniem i prowadzeniem działań związanych z marketingiem mody; promocją, kontraktacją i sprzedażą wyrobów odzieżowych w tym aranżacją witryn sklepowych oraz działania związane z organizacją i projektowaniem przestrzeni wystawowej i sprzedażowej.

Realizując program nauczania założono realizację 25 % godzin przewidzianych na realizację zajęć z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość. Przed rozpoczęciem lub na początku kursu obowiązkowo należy zorganizować szkolenie dla uczestników zajęć po ukończeniu, którego powinni oni posiadać wiedzę i umiejętności pozwalające na samodzielne poruszanie się po platformie edukacyjnej. Treści realizowane na odległość dotyczą tylko kształcenia teoretycznego realizowanego w poszczególnych jednostkach modułowych. Sugeruje się wybór podstawowych zagadnień teoretycznych związanych z realizowaną tematyką.

4. Program kursu umiejętności zawodowych MOD.11.4. Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych

Nazwy jednostek modułowych wyodrębnionych dla modułu MOD.11.M2 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych:

MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych

MOD.11.M2.J2 Marketing wyrobów odzieżowych

MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych

4.1. Program nauczania jednostki modułowej MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych

4.1.1 Cele ogólne

- Wdrażanie do podejmowania działań z zakresu marketingu mody.
- Poznanie grup docelowych konsumentów wyrobów odzieżowych.
- Kształtowanie umiejętności planowania logistycznego związanego z dystrybucją wyrobów odzieżowych.

4.1.2 Cele operacyjne

- wskazywać źródła informacji o aktualnych trendach w modzie i określać obecne trendy w modzie,
- identyfikować źródła informacji o postawach i opiniach różnych grup konsumentów,
- określać typy klientów i sposoby postępowania z nimi,
- zaprojektować kolekcje wyrobów odzieżowych,
- przestrzegać zasad kultury i etyki zawodowej,
- planować wykonanie zadania,
- stosować techniki radzenia sobie ze stresem,
- stosować zasady komunikacji interpersonalnej,
- organizować pracę zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań,
- oceniać jakość wykonania przydzielonych zadań.

4.1.3 Materiał nauczania z uwzględnieniem opisu efektów kształcenia dla jednostki modułowej MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych

Tabela 8. Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych

Temat	Liczba godzin 40	Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji	Oczekiwane efekty uczenia się Uczestnik potrafi:
1. Potrzeby grup docelowych klientów. *)		określa potrzeby grup docelowych klientów	<ul style="list-style-type: none"> – wskazuje źródła informacji o aktualnych trendach w modzie – opisuje rynek mody wyrobów odzieżowych – określa typy klientów – identyfikuje rodzaje potrzeb klientów – określa cechy wspólne określonej grupy docelowej 	<ul style="list-style-type: none"> - wskazać źródła informacji o aktualnych trendach w modzie i określać obecne trendy w modzie, - rozpoznać elementy charakterystyczne w poszczególnych wyrobach odzieżowych na podstawie trendów, - analizować aktualne trendy w modzie, - określić grupy docelowe klientów, - scharakteryzować grupy docelowej klientów.
2. Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych.		projektuje wyroby odzieżowe, uwzględniając aktualne trendy w modzie	<ul style="list-style-type: none"> – określa źródła inspiracji kulturą regionalną, historyczną – identyfikuje trendy w modzie w danym sezonie – dobiera elementy charakterystyczne dla trendów w modzie do projektowanych wyrobów odzieżowych – stosuje obowiązujące na dany sezon tkaniny, kolory, – określa cechy kolekcji wyrobów odzieżowych – projektuje kolekcje wyrobów odzieżowych 	<ul style="list-style-type: none"> - określić źródła inspiracji, - scharakteryzować trendy w modzie na dany sezon, - dobrać charakterystyczne dla trendów elementy do projektowanych wyrobów odzieżowych, - dobierać materiały odzieżowe i dodatki krawieckie zgodnie z linią mody, - opisać rynek mody wyrobów odzieżowych, - zaprojektować kolekcję wyrobów odzieżowych.



Temat	Liczba godzin 40	Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji	Oczekiwane efekty uczenia się Uczestnik potrafi:
3. Kontraktacja kolekcji wyrobów odzieżowych.		organizuje działania związane z kontraktacją kolekcji wyrobów odzieżowych	<ul style="list-style-type: none"> – określa działania związane z kontraktacją kolekcji wyrobów odzieżowych – dobiera proces wyboru i zamówienia kolekcji odzieży – rozróżnia zasady kontraktacji kolekcji odzieży 	<ul style="list-style-type: none"> - określić działania związane z kontraktacją wyrobów odzieżowych, - określić cechy kupca mody, - dobrać proces wyboru i zamówienia kolekcji wyrobów odzieżowych, - rozróżnić zasady kontraktacji kolekcji odzieży, - planować działania związane z kontraktacją kolekcji wyrobów odzieżowych, - planować kontraktację kolekcji wyrobów odzieżowych.
4. Klasyfikacja pojęć związanych z bezpieczeństwem i higieną pracy, ochroną przeciwpożarową i ochroną środowiska		określa zagrożenia dla zdrowia i życia człowieka występujące w środowisku pracy oraz sposoby zapobiegania im	<ul style="list-style-type: none"> – opisuje sposoby zapobiegania zagrożeniom zdrowia i życia w miejscu pracy – definiuje pojęcia: wypadek przy pracy, choroba zawodowa 	<ul style="list-style-type: none"> - opisać sposoby zapobiegania zagrożeniom zdrowia i życia w miejscu pracy, - zdefiniować pojęcia: wypadek przy pracy, choroba zawodowa, - opisać zasady ochrony przeciwpożarowej, - zastosować przepisy bhp i ppoż. na stanowisku pracy.
		przestrzega zasad bezpieczeństwa i higieny pracy oraz stosuje przepisy prawa dotyczące ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska	<ul style="list-style-type: none"> – opisuje zasady ochrony przeciwpożarowej 	



Temat	Liczba godzin 40	Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji	Oczekiwane efekty uczenia się Uczestnik potrafi:
5. Kompetencje personalne i społeczne.		przestrzega zasad kultury osobistej i etyki zawodowej	<ul style="list-style-type: none"> – respektuje zasady dotyczące przestrzegania tajemnicy związanej z wykonywanym zawodem i miejscem pracy – wyjaśnia, na czym polega zachowanie etyczne w wykonywanym zawodzie – wskazuje przykłady zachowań etycznych 	<ul style="list-style-type: none"> - przestrzegać zasad związanych z przestrzeganiem tajemnicy związanej z wykonywanym zawodem i miejscem pracy, - przestrzegać tajemnicy zawodowej, - wyjaśnić, na czym polega zachowanie etyczne w zawodzie technika przemysłu mody, - wskazać przykłady zachowań etycznych, - realizować zadania w wyznaczonym czasie, - zastosować pozytywne sposoby radzenia sobie z emocjami i stresem, - wskazać najczęstsze przyczyny sytuacji stresowych w pracy zawodowej, - stosować właściwe formy komunikacji werbalnej i niewerbalnej, - przedstawić techniki rozwiązywania problemów związanych z wykonywaniem zadań zawodowych.
		planuje wykonanie zadania	<ul style="list-style-type: none"> – realizuje działania w wyznaczonym czasie – monitoruje realizację zaplanowanych działań 	
		stosuje techniki radzenia sobie ze stresem	<ul style="list-style-type: none"> – wybiera techniki radzenia sobie ze stresem odpowiednio do sytuacji – wskazuje najczęstsze przyczyny sytuacji stresowych w pracy zawodowej 	
		stosuje zasady komunikacji interpersonalnej	<ul style="list-style-type: none"> – identyfikuje sygnały werbalne i niewerbalne – stosuje aktywne metody słuchania – prowadzi dyskusje – udziela informacji zwrotnej 	
		stosuje metody i techniki rozwiązywania problemów	<ul style="list-style-type: none"> – opisuje techniki rozwiązywania problemów 	
6. Organizacja pracy małych zespołów.		organizuje pracę zespołu w celu	<ul style="list-style-type: none"> – komunikuje się ze współpracownikami 	<ul style="list-style-type: none"> - komunikować się ze współpracownikami,



Temat	Liczba godzin 40	Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji	Oczekiwane efekty uczenia się Uczestnik potrafi:
		wykonania przydzielonych zadań	<ul style="list-style-type: none"> – wskazuje prawidłowe wzorce współpracy w grupie – przydziela zadania członkom zespołu zgodnie z harmonogramem planowanych prac 	<ul style="list-style-type: none"> - udzielać wskazówek w celu prawidłowego wykonania przydzielonych zadań, - określić wzorce wykonania zadania, - przestrzegać podziału ról, zadań i odpowiedzialności w zespole, - koordynować realizację zadań zapobiegających zagrożeniom bezpieczeństwa i ochrony zdrowia, - udzielać wskazówek członkom zespołu w celu prawidłowego wykonania przydzielonych zadań.
		kieruje wykonaniem przydzielonych zadań	<ul style="list-style-type: none"> – formułuje zasady wzajemnej pomocy – koordynuje realizację zadań zapobiegających zagrożeniom bezpieczeństwa i ochrony zdrowia – wydaje dyspozycje osobom wykonującym poszczególne zadania 	
		ocenia jakość wykonania przydzielonych zadań	<ul style="list-style-type: none"> – kontroluje efekty pracy zespołu – udziela wskazówek w celu prawidłowego wykonania przydzielonych zadań 	

*) możliwe kształcenie treści teoretycznych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

4.1.4 Procedury osiągania celów kształcenia

Warunkiem osiągania założonych celów kształcenia w zakresie modułu jest opracowanie odpowiednich dla kwalifikacji procedur, a w tym:

- zaplanowanie spotkania z uczestnikami (wskazanie celów szczegółowych jakie powinny zostać osiągnięte),
- wykorzystanie różnorodnych metod nauczania (szczególnie aktywizujących) uczestnika do pracy,
- dobór środków dydaktycznych do treści i celów nauczania,
- dobór formy pracy z uczestnikami z określeniem ilości osób w grupie, określenie indywidualizacji zajęć,
- systematyczne sprawdzanie wiedzy i umiejętności uczestników poprzez sprawdziany w formie testu wielokrotnego wyboru lub z pytaniami otwartymi,
- stosowanie oceniania sumującego i kształtującego,
- przeprowadzenie ewaluacji doboru treści nauczania do założonych celów, metod pracy, środków dydaktycznych, sposobu oceniania i informacji zwrotnej dla uczestnika.

Warunki realizacji efektów kształcenia

Każda jednostka modułowa powinna być wyposażona w pakiet edukacyjny, czyli zbiór materiałów do nauczania i uczenia się stanowiący obudowę dydaktyczną programu kształcenia i odnoszący się do jednostki modułowej.

Pakiet powinien zawierać:

- poradnik dla uczestnika i nauczyciela,
- informację o wyposażeniu i środkach dydaktycznych
- zestawy ćwiczeń, zadań, projektów oraz materiałów dydaktycznych dla uczestnika
- zestawy do sprawdzania postępów i osiągnięć.

Kształcenie modułowe powinno być realizowane metodami aktywizującymi, w szczególności:

- metodą przypadków
- inscenizacji
- dyskusji dydaktycznej
- gier dydaktycznych

- metodami praktycznymi np. pokaz z objaśnieniem, metoda projektów, przewodniego tekstu, ćwiczenia praktyczne.

Dominującą metodą nauczania powinny być ćwiczenia praktyczne.

Prowadzenie zajęć metodami aktywizującymi i praktycznymi wymaga od nauczyciela przygotowania materiałów takich jak:

- instrukcje bezpieczeństwa i higieny pracy,
- instrukcje stanowiskowe,
- instrukcje do wykonywania ćwiczeń,
- teksty przewodnie,
- instrukcje do metody projektów,
- zestawy plansz i arkuszy do wykorzystania podczas gier dydaktycznych.

Metoda przewodniego tekstu i metoda projektów wymagają odpowiedniego wyposażenia pracowni w sprzęt i urządzenia techniczne umożliwiające organizację pracy w grupach 2 - 4 osobowych.

Zajęcia powinny odbywać się w pracowniach odpowiednio do realizowanych treści:

1. Pracowni projektowania wyposażonej w stanowisko komputerowe dla nauczyciela podłączone do sieci lokalnej, z dostępem do internetu, oprogramowaniem biurowym, oprogramowaniem do komputerowego wspomagania projektowania, urządzeniem wielofunkcyjnym, ploterem i projektorem multimedialnym, drukarkę umożliwiającą drukowanie w formacie A3 (jedna drukarka dla ośmiu uczestników stanowiska rysunkowe z przyborami kreślarskimi (jedno stanowisko dla jednego uczestnika), zestawy barw (plansze), damskie, męskie i dziecięce manekiny krawieckie, plansze przedstawiające sylwetki ludzkie, tabele wymiarów, albumy projektów odzieży.

W trakcie realizacji programu nauczania należy położyć duży nacisk na samokształcenie uczestników oraz na korzystanie z różnych źródeł informacji, jak podręczniki, poradniki, normy, katalogi, instrukcje i pozatekstowe źródła informacji. Treści kształcenia powinny być aktualne i uwzględniać współczesne technologie, materiały, narzędzia i sprzęt. Wskazane jest wykorzystanie filmów dydaktycznych i komputerowych programów symulacyjnych, organizowanie wycieczek dydaktycznych na targi i wystawy.

Formy organizacyjne

Zajęcia powinny być prowadzone z wykorzystaniem zróżnicowanych form: grupowo podczas analizy nowych treści programowych, indywidualnie oraz zespołowo podczas wykonywania ćwiczeń, zadań, badania osiągnięć edukacyjnych uczestnik. Nauczyciel realizujący program powinien:

- motywować uczestników do pracy,
- dostosowywać stopień trudności planowanych ćwiczeń do możliwości i potrzeb uczestników,

- planować zadania do wykonania przez uczestników z uwzględnieniem ich zainteresowań,
- przygotowywać zadania o różnym stopniu trudności i złożoności,
- zachęcać uczestników do korzystania z różnych źródeł informacji zawodowych.

4.1.5 Proponowane metody sprawdzania osiągnięć edukacyjnych

Ważnym elementem organizacji procesu dydaktycznego jest system sprawdzania i oceny osiągnięć uczestników kursu. Sprawdzanie i ocenianie osiągnięć powinno odbywać się w sposób ciągły i systematyczny przez cały czas realizacji programu.

Wiedza może być sprawdzana za pomocą sprawdzianów ustnych i pisemnych oraz testów praktycznych z zadaniami typu próba pracy, zadaniami nisko symulowanymi lub wysoko symulowanymi.

W trakcie zajęć nauczyciel powinien rozwijać zainteresowanie zawodem, wskazywać możliwość dalszego kształcenia, zdobywania nowych umiejętności i kwalifikacji zawodowych. Ważne jest również odniesienie się do bezpieczeństwa i warunków pracy oraz kształcenie u uczestników kompetencji personalnych i społecznych porządknych na rynku pracy.

Duże znaczenie powinna mieć obserwacja pracy i zachowań uczestnika, która dostarcza ważnych informacji umożliwiających wspomaganie procesu jego uczenia się i rozwoju. Zaleca się systematyczne ocenianie postępów uczestnika oraz bieżącą analizę i korygowanie nieprawidłowo wykonywanych ćwiczeń.

Kryteria oceniania powinny być czytelnie określone na początku nauki oraz uszczegółowiane w odniesieniu do bieżących form sprawdzania i kontroli wiedzy i umiejętności.

W procesie oceniania należy uwzględnić wartość osiągniętych efektów kształcenia w kategorii od najniższej do najwyższej: wiedza, umiejętności, kompetencje. Wskazane jest stosowanie oceniania kształtującego.

Oceniając osiągnięcia uczestników należy zwrócić uwagę na umiejętność projektowania kolekcji wyrobów odzieżowych, korzystania z dokumentacji, materiałów pomocniczych, dokonywania analizy, wyciągania wniosków, prezentacji wyników, współpracy w grupie a także na poprawność wykonywania ćwiczeń i zadań w określonych ramach czasowych oraz stosowanie terminologii zawodowej.

Sprawdzanie opanowania przez uczestnika wymagań programowych będzie przeprowadzone na podstawie wykonanych ćwiczeń. W ocenie należy uwzględnić następujące kryteria ogólne: zawartość merytoryczną ćwiczeń, ich poprawność, formy przedstawienia. Sprawdzanie osiągnięć powinno odbywać się przez cały okres realizacji programu zajęć na podstawie kryteriów przedstawionych na początku kursu.

Zadaniem ewaluacji jest sprawdzenie opanowania przez uczestników materiału nauczania z zakresu jednostki modułowej.

Proponowane metody ewaluacji jednostki modułowej

- Ewaluacja jednostki modułowej na początku kształcenia: ankieta – potrzeby uczestników i warunki w jakich odbywają się zajęcia, test sprawdzający stan kompetencji i umiejętności z zakresu organizowania działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych

- Ewaluacja jednostki modułowej w trakcie realizacji: test – badanie nabytych kompetencji i umiejętności, arkusz indywidualnego wywiadu z uczestnikami, arkusz –obserwacja zachowań uczestników w czasie wykonywania zadań.
- Ewaluacja podsumowująca skuteczność realizacji programu modułu: porównanie nabytych kompetencji i umiejętności uczestnika z wcześniejszymi wynikami (test oraz arkusz indywidualnego wywiadu z uczestnikami), arkusz obserwacji zachowań uczestników w czasie wykonywania zadań.

Wykaz literatury dla jednostki modułowej

- 1) Borowska E.: Historia ubioru. Album dla kolekcjonerów. KAW, Warszawa 1983,
- 2) Czapnik E.: Zestaw ćwiczeń z zakresu komputerowego wspomaganie projektowania, WSIP, Warszawa 1999,
- 3) Hoffman H., Łukaszewski B., Olszewski A.: Podstawy kompozycji plastycznej wybrane zagadnienia. Skrypt. Politechnika Radomska, Radom 1998,
- 4) Krysińska Stanisława: Szycie i konserwacja odzieży. Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne. Warszawa 1995
- 5) Kotler P. Keller K.: Marketing. Dom Wydawniczy REBIS, Poznań 2020
- 6) Fałkowska-Rękawek E.: Podstawy projektowania odzieży. WSiP, Warszawa 2000,
- 7) Payne A.: Marketing usług. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1997,
- 8) Posner H.: Marketing mody. Wydawnictwo ARKADY, Warszawa 2019.
- 9) Sue J.J: Moda. Projektowanie. Wydawnictwo ARKADY 2007.
- 10) Vilascca E.: Wybieg bez tajemnic. Organizacja pokazów mody. Wydawnictwo ARKADY, Warszawa 2012.

4.2. Program nauczania dla jednostki modułowej MOD.11.M2.J2 Marketing wyrobów odzieżowych

4.2.1 Cele ogólne

- Kształtowanie umiejętności promocji wyrobów odzieżowych.
- Kształtowanie postaw i świadomości zawodowej.

4.2.2 Cele operacyjne

- przedstawiać narzędzia promocji wyrobów odzieżowych,
- dobierać metody promocji kolekcji wyrobów odzieżowych,
- identyfikować rodzaje nośników reklamy zewnętrznej,
- wskazywać narzędzia wykorzystywane w public relations,
- wskazywać formy sprzedaży osobistej wyrobów odzieżowych,
- planować kampanię reklamową dla kolekcji wyrobów odzieżowych,
- identyfikować rodzaje nośników reklamy internetowej,
- wskazywać narzędzia wykorzystywane w public relations,
- ponosić odpowiedzialność za podejmowane działania,
- wykazywać się kreatywnością i otwartością na zmiany,
- doskonalić umiejętności zawodowe.

4.2.3 Materiał nauczania z uwzględnieniem opisu efektów kształcenia dla jednostki modułowej MOD.11.M2.J2 Marketing wyrobów odzieżowych

Tabela 9 Marketing wyrobów odzieżowych

Temat	Liczba godzin 60	Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji	Oczekiwane efekty uczenia się Słuchacz/uczestnik potrafi:
1. Promocja wyrobów odzieżowych stosowana na rynku mody.		określa instrumenty promocji wyrobów odzieżowych stosowane na rynku mody	<ul style="list-style-type: none"> – dobiera instrumenty promocji wyrobów odzieżowych – wskazuje narzędzia promocji i sprzedaży wyrobów odzieżowych – określa cele promocji wyrobów odzieżowych – identyfikuje rodzaje nośników reklamy zewnętrznej – dobiera metody promocji kolekcji wyrobów odzieżowych – identyfikuje rodzaje nośników reklamy internetowej – wskazuje narzędzia wykorzystywane w public relations – wskazuje nazwy portali społecznościowych wykorzystywanych do promocji marki modowej 	<ul style="list-style-type: none"> - wskazać instrumenty promocji wyrobów odzieżowych, - wskazywać narzędzia promocji i sprzedaży wyrobów odzieżowych - określić cele promocji wyrobów odzieżowych - zidentyfikować rodzaje nośników reklamy zewnętrznej - identyfikować rodzaje nośników reklamy internetowej - wskazać narzędzia wykorzystywane w public relations - rozpoznać nazwy portali społecznościowych wykorzystywanych do promocji marki modowej
2. Strategie i kanały dystrybucji wyrobów odzieżowych.		wyznacza strategie i kanały dystrybucji wyrobów	<ul style="list-style-type: none"> – określa funkcje dystrybucji – wymienia pośredników w kanałach dystrybucji – wskazuje rodzaje kanałów dystrybucji – wymienia strategie dystrybucji – stosuje kryteria doboru kanałów dystrybucji wyrobów odzieżowych 	<ul style="list-style-type: none"> - określić funkcje dystrybucji różnych wyrobów odzieżowych, - wymieniać pośredników w kanałach dystrybucji, - wskazać rodzaje kanałów dystrybucji, - wymieniać strategie dystrybucji, - stosować kryteria doboru kanałów dystrybucji dla firmy odzieżowej,



Temat	Liczba godzin 60	Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji	Oczekiwane efekty uczenia się Słuchacz/uczestnik potrafi:
				<ul style="list-style-type: none"> - wskazać formy sprzedaży osobistej wyrobów odzieżowych, - zaplanować kanały dystrybucji dla firmy odzieżowej.
3. Marketing w branży mody.		określa działania z zakresu marketingu mody	<ul style="list-style-type: none"> - rozpoznaje działania z zakresu marketingu mody - wskazuje elementy tworzenia tożsamości marki i rozpoznawalności przez potencjalnych klientów na rynku - wymienia kategorie marek - wymienia elementy marketingu - wskazuje narzędzia komunikacji służące promocji 	<ul style="list-style-type: none"> - rozpoznać działania z zakresu marketingu mody, - wskazać elementy tworzenia tożsamości marki i rozpoznawalności przez potencjalnych klientów na rynku, - wymienić kategorie marek, - wymienić elementy marketingu, - wskazać narzędzia komunikacji do promocji marek modowych, - wskazać działania marketingowe dla firmy odzieżowej, - zaplanować działania marketingowe dla firmy odzieżowej, - zaplanować kampanię reklamową dla kolekcji wyrobów odzieżowych.
4. Kompetencje personalne i społeczne.		ponosi odpowiedzialność za podejmowane działania	<ul style="list-style-type: none"> - przewiduje skutki, w tym prawne, podejmowanych działań 	<ul style="list-style-type: none"> - przewidywać skutki podejmowanych działań, - wskazać obszary odpowiedzialności prawnej za podejmowane działania, - podać przykłady wpływu zmiany na różne sytuacje społeczne i gospodarcze, - wskazać przykłady wprowadzenia zmian - ocenić skutki wprowadzonej zmiany, - przedstawić sposoby rozwiązywania problemów związanych z wykonywaniem
		wykazuje się kreatywnością i otwartością na zmiany	<ul style="list-style-type: none"> - podaje przykłady wpływu zmiany na różne sytuacje społeczne i gospodarcze - wskazuje przykłady wprowadzenia zmiany i ocenia skutki jej wprowadzenia - proponuje sposoby rozwiązywania problemów związanych z 	



Temat	Liczba godzin 60	Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji	Oczekiwane efekty uczenia się Słuchacz/uczestnik potrafi:
			wykonywaniem zadań zawodowych w nietypowych sytuacjach	zadań zawodowych w nietypowych sytuacjach zawodowych,
		doskonali umiejętności zawodowe	– określa zakres umiejętności i kompetencji niezbędnych do wykonywania zawodu – analizuje własne kompetencje	- stosować właściwe formy komunikacji werbalnej i niewerbalnej, - charakteryzować właściwą postawę osoby prowadzącej negocjacje,
		stosuje zasady komunikacji interpersonalnej	– identyfikuje sygnały werbalne i niewerbalne – stosuje aktywne metody słuchania – prowadzi dyskusje – udziela informacji zwrotnej	- przedstawić sposoby negocjowania warunków porozumienia - ponosić odpowiedzialność za wspólnie realizowane zadania - przestrzegać podziału ról, zadań i odpowiedzialności w zespole
		negocjuje warunki porozumień	– charakteryzuje właściwą postawę osoby prowadzącej negocjacje – wskazuje sposoby negocjowania warunków porozumienia	- zaplanować monitorowanie realizowanych działań i zadań - przedstawić sposoby rozwiązywania problemów związanych z wykonywaniem zadań zawodowych w nietypowych sytuacjach
		współpracuje w zespole	– pracuje w zespole, ponosząc odpowiedzialność za wspólnie realizowane zadania – przestrzega podziału ról, zadań i odpowiedzialności w zespole – angażuje się w realizację wspólnych działań zespołu	
5. Organizacja pracy małych zespołów.		ocenia jakość wykonania przydzielonych zadań	– udziela wskazówek w celu prawidłowego wykonania przydzielonych zadań	- wskazać sposoby prawidłowego wykonania przydzielonych zadań.

*) możliwe kształcenie treści teoretycznych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

4.2.4 Procedury osiągnięcia celów kształcenia

Warunkiem osiągnięcia założonych celów kształcenia w zakresie modułu jest opracowanie odpowiednich dla kwalifikacji procedur, a w tym:

- zaplanowanie spotkania ze uczestnikami (wskazanie celów szczegółowych jakie powinny zostać osiągnięte),
- wykorzystanie różnorodnych metod nauczania (szczególnie aktywizujących) uczestnika do pracy,
- dobór środków dydaktycznych do treści i celów nauczania,
- dobór formy pracy ze uczestnikami z określeniem ilości osób w grupie, określenie indywidualizacji zajęć,
- systematyczne sprawdzanie wiedzy i umiejętności uczestników poprzez sprawdziany w formie testu wielokrotnego wyboru lub z pytaniami otwartymi,
- stosowanie oceniania sumującego i kształtującego,
- przeprowadzenie ewaluacji doboru treści nauczania do założonych celów, metod pracy, środków dydaktycznych, sposobu oceniania i informacji zwrotnej dla uczestnika.

Warunki realizacji efektów kształcenia

Każda jednostka modułowa powinna być wyposażona w pakiet edukacyjny, czyli zbiór materiałów do nauczania i uczenia się stanowiący obudowę dydaktyczną programu kształcenia i odnoszący się do jednostki modułowej.

Pakiet powinien zawierać:

- poradnik dla uczestnika i nauczyciela,
- informację o wyposażeniu i środkach dydaktycznych
- zestawy ćwiczeń, zadań, projektów oraz materiałów dydaktycznych dla uczestnika
- zestawy do sprawdzania postępów i osiągnięć.

Kształcenie modułowe powinno być realizowane metodami aktywizującymi, w szczególności:

- metodą przypadków
- inscenizacji
- dyskusji dydaktycznej
- gier dydaktycznych

- metodami praktycznymi np. pokaz z objaśnieniem, metoda projektów, przewodniego tekstu, ćwiczenia praktyczne.

Dominującą metodą nauczania powinny być ćwiczenia praktyczne.

Prowadzenie zajęć metodami aktywizującymi i praktycznymi wymaga od nauczyciela przygotowania materiałów takich jak:

- instrukcje bezpieczeństwa i higieny pracy,
- instrukcje stanowiskowe,
- instrukcje do wykonywania ćwiczeń,
- teksty przewodnie,
- instrukcje do metody projektów,
- zestawy plansz i arkuszy do wykorzystania podczas gier dydaktycznych.

Metoda przewodniego tekstu i metoda projektów wymagają odpowiedniego wyposażenia pracowni w sprzęt i urządzenia techniczne umożliwiające organizację pracy w grupach 2 - 4 osobowych.

Zajęcia powinny odbywać się w pracowniach odpowiednio do realizowanych treści:

1. Pracowni projektowania wyposażonej w stanowisko komputerowe dla nauczyciela podłączone do sieci lokalnej, z dostępem do internetu, oprogramowaniem biurowym, oprogramowaniem do komputerowego wspomagania projektowania, urządzeniem wielofunkcyjnym, ploterem i projektorem multimedialnym, drukarkę umożliwiającą drukowanie w formacie A3 (jedna drukarka dla ośmiu uczestników stanowiska rysunkowe z przyborami kreślarskimi (jedno stanowisko dla jednego uczestnika), zestawy barw (plansze), damskie, męskie i dziecięce manekiny krawieckie, plansze przedstawiające sylwetki ludzkie, tabele wymiarów, albumy projektów odzieży.

W trakcie realizacji programu nauczania należy położyć duży nacisk na samokształcenie uczestników/uczestniczek oraz na korzystanie z różnych źródeł informacji, jak podręczniki, poradniki, normy, katalogi, instrukcje i pozatekstowe źródła informacji. Treści kształcenia powinny być aktualne i uwzględniać współczesne technologie, materiały, narzędzia i sprzęt. Wskazane jest wykorzystanie filmów dydaktycznych i komputerowych programów symulacyjnych, organizowanie wycieczek dydaktycznych na targi i wystawy.

Formy organizacyjne

Zajęcia powinny być prowadzone z wykorzystaniem zróżnicowanych form: grupowo podczas analizy nowych treści programowych, indywidualnie oraz zespołowo podczas wykonywania ćwiczeń, zadań, badania osiągnięć edukacyjnych uczestnicy. Nauczyciel realizujący program powinien:

- motywować uczestników do pracy,
- dostosowywać stopień trudności planowanych ćwiczeń do możliwości i potrzeb uczestników,

- planować zadania do wykonania przez uczestników z uwzględnieniem ich zainteresowań,
- przygotowywać zadania o różnym stopniu trudności i złożoności,
- zachęcać uczestników do korzystania z różnych źródeł informacji zawodowych.

4.2.5 Proponowane metody sprawdzania osiągnięć edukacyjnych

Ważnym elementem organizacji procesu dydaktycznego jest system sprawdzania i oceny osiągnięć uczestników kursu. Sprawdzanie i ocenianie osiągnięć powinno odbywać się w sposób ciągły i systematyczny przez cały czas realizacji programu.

Wiedza może być sprawdzana za pomocą sprawdzianów ustnych i pisemnych oraz testów praktycznych z zadaniami typu próba pracy, zadaniami nisko symulowanymi lub wysoko symulowanymi.

W trakcie zajęć nauczyciel powinien rozwijać zainteresowanie zawodem, wskazywać możliwość dalszego kształcenia, zdobywania nowych umiejętności i kwalifikacji zawodowych. Ważne jest również odniesienie się do bezpieczeństwa i warunków pracy oraz kształcenie u uczestników kompetencji personalnych i społecznych, organizacja pracy małych zespołów, porządknych na rynku pracy.

Duże znaczenie powinna mieć obserwacja pracy i zachowań uczestnika, która dostarcza ważnych informacji umożliwiających wspomaganie procesu jego uczenia się i rozwoju. Zaleca się systematyczne ocenianie postępów uczestnika oraz bieżącą analizę i korygowanie nieprawidłowo wykonywanych ćwiczeń.

Kryteria oceniania powinny być czytelnie określone na początku nauki oraz uszczegółowiane w odniesieniu do bieżących form sprawdzania i kontroli wiedzy i umiejętności.

W procesie oceniania należy uwzględnić wartość osiągniętych efektów kształcenia w kategorii od najniższej do najwyższej: wiedza, umiejętności, kompetencje. Wskazane jest stosowanie oceniania kształtującego.

Oceniając osiągnięcia uczestników należy zwrócić uwagę na umiejętność promocji wyrobów odzieżowych, dokonywania analizy, wyciągania wniosków, prezentacji wyników, a także na poprawność wykonywania ćwiczeń i zadań w określonych ramach czasowych oraz stosowanie terminologii zawodowej.

Sprawdzanie opanowania przez uczestnika wymagań programowych będzie przeprowadzone na podstawie wykonanych ćwiczeń. W ocenie należy uwzględnić następujące kryteria ogólne: zawartość merytoryczną ćwiczeń, ich poprawność, formy przedstawienia. Sprawdzanie osiągnięć powinno odbywać się przez cały okres realizacji programu zajęć na podstawie kryteriów przedstawionych na początku kursu.

Proponowane metody ewaluacji jednostki modułowej

- Ewaluacja jednostki modułowej na początku kształcenia: ankieta – potrzeby uczestników i warunki w jakich odbywają się zajęcia, test sprawdzający stan kompetencji i umiejętności z zakresu organizowania działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych
- Ewaluacja jednostki modułowej w trakcie realizacji: test – badanie nabytych kompetencji i umiejętności, arkusz indywidualnego wywiadu uczestnikami, arkusz – obserwacja zachowań uczestników w czasie wykonywania zadań.

- Ewaluacja podsumowująca skuteczność realizacji programu modułu: porównanie nabytych kompetencji i umiejętności uczestnika z wcześniejszymi wynikami (test oraz arkusz indywidualnego wywiadu z uczestnikami), arkusz obserwacji zachowań uczestników w czasie wykonywania zadań.

Wykaz literatury dla jednostki modułowej

- 1) Borowska E.: Historia ubioru. Album dla kolekcjonerów. KAW, Warszawa 1983,
- 2) Czapnik E.: Zestaw ćwiczeń z zakresu komputerowego wspomagania projektowania, WSIP, Warszawa 1999,
- 3) Hoffman H., Łukaszewski B., Olszewski A.: Podstawy kompozycji plastycznej wybrane zagadnienia. Skrypt. Politechnika Radomska, Radom 1998,
- 4) Krysińska Stanisława: Szycie i konserwacja odzieży. Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne. Warszawa 1995
- 5) Kotler P. Keller K.: Marketing. Dom Wydawniczy REBIS, Poznań 2020
- 6) Fałkowska-Rękawek E.: Podstawy projektowania odzieży. WSiP, Warszawa 2000,
- 7) Payne A.: Marketing usług. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1997,
- 8) Posner H.: Marketing mody. Wydawnictwo ARKADY, Warszawa 2019.
- 9) Sue J.J: Moda. Projektowanie. Wydawnictwo ARKADY 2007.
- 10) Vilascca E.: Wybieg bez tajemnic. Organizacja pokazów mody. Wydawnictwo ARKADY, Warszawa 2012.

4.3. Program nauczania dla jednostki modułowej MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych

4.3.1 Cele ogólne

- Poznanie zasad visual merchandisingu.
- Kształtowanie umiejętności sprzedaży internetowej wyrobów odzieżowych.
- Kształtowanie umiejętności organizacji przestrzeni wystawowej i sprzedażowej salonów odzieżowych
- Kształtowanie postaw i świadomości zawodowej.

4.3.2 Cele operacyjne

- wskazywać formy sprzedaży osobistej wyrobów odzieżowych,
- planować działania związane z kontraktacją kolekcji wyrobów odzieżowych,
- wymieniać strategie dystrybucji,
- wskazywać elementy tworzenia tożsamości marki i rozpoznawalności przez potencjalnych klientów na rynku,
- wymieniać narzędzia visual merchandisingu,
- rozróżniać rodzaje powierzchni wystawowej i sprzedażowej,
- stosować zasady wykonania kompozycji wystawy sprzedażowej,
- rozróżniać strefy salonów odzieżowych,
- wykonywać projekt graficzny przestrzeni wystawowej i sprzedażowej salonów odzieżowych,
- wymieniać cechy sklepu internetowego,
- stosować przepisy prawne dotyczące sprzedaży internetowej wyrobów odzieżowych,
- wskazywać zasadę „trzech e” w obsłudze klienta,
- przestrzegać zasad kultury sprzedaży wyrobów odzieżowych, stosuje środki ochrony indywidualnej i zbiorowej podczas wykonywania zadań zawodowych,
- rozpoznać źródła stresu podczas wykonywania zadań zawodowych,
- wybrać techniki radzenia sobie ze stresem odpowiednio do sytuacji,

- opisać sytuacje wywołujące stres,
- kierować wykonaniem przydzielonych zadań,
- oceniać jakość wykonania przydzielonych zadań.

4.3.3 Materiał nauczania z uwzględnieniem opisu efektów kształcenia dla jednostki efektów MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych

Tabela 10 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych

Temat	Liczba godzin 50	Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji	Oczekiwane efekty uczenia się Słuchacz/uczestnik potrafi:
1. Zasady aranżacji przestrzeni wystawowej i sprzedażowej salonów odzieżowych.		aranżuje przestrzeń wystawową i sprzedażową salonów odzieżowych	<ul style="list-style-type: none"> – wymienia narzędzia sprzedaży wizualnej – rozróżnia rodzaje powierzchni wystawowej i sprzedażowej – rozpoznaje rodzaje wystaw – stosuje zasady wykonania kompozycji wystawy sprzedażowej – dobiera sprzęt wystawowy – wyróżnia strefy salonów odzieżowych – wymienia zasady ekspozycji towarów w poszczególnych strefach salonów odzieżowych – wskazuje zasady pozycjonowania produktów – wykonuje projekt graficzny zagospodarowania przestrzeni sklepowej – wykonuje projekt graficzny przestrzeni wystawowej – określa zasady projektowania przestrzeni wystawowej i sprzedażowej – stosuje zasady działalności marketingowej w procesie 	<ul style="list-style-type: none"> - wymienić narzędzia visual merchandisingu, - rozróżnić rodzaje powierzchni wystawowej i sprzedażowej, - rozpoznać rodzaje wystaw, - stosować zasady wykonania kompozycji wystawy sprzedażowej, - dobrać sprzęt wystawowy salonu, - rozróżniać strefy salonów odzieżowych, - wymieniać zasady ekspozycji towarów w poszczególnych strefach salonów odzieżowych, - wskazać zasady pozycjonowania różnych wyrobów odzieżowych, - wykonać projekt graficzny zagospodarowania przestrzeni sklepowej, - wykonać projekt graficzny przestrzeni wystawowej i sprzedażowej salonów odzieżowych, - zaprojektować przestrzeń wystawową, - zaprojektować przestrzeń sprzedażową, - zastosować poznane zasady działalności marketingowej w procesie aranżowania przestrzeni salonów odzieżowych.



Temat	Liczba godzin 50	Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji	Oczekiwane efekty uczenia się Słuchacz/uczestnik potrafi:
			aranżowania przestrzeni salonów odzieżowych	
2. Sprzedaż internetowa wyrobów odzieżowych. *)		opracowuje koncepcje sprzedaży internetowej wyrobów odzieżowych	<ul style="list-style-type: none"> wymienia cechy sklepu internetowego stosuje przepisy prawa dotyczące sprzedaży internetowej wyrobów odzieżowych omawia „zasadę trzech e” w obsłudze klienta: etyka, estetyka, etykieta przestrzega zasad kultury w sprzedaży internetowej wyrobów odzieżowych określa metody i narzędzia sprzedaży internetowej wyrobów odzieżowych omawia zasady sprzedaży internetowej 	<ul style="list-style-type: none"> wymienić cechy sklepu internetowego, stosować przepisy prawne dotyczące sprzedaży internetowej wyrobów odzieżowych, wskazać zasadę „trzech e” w obsłudze klienta: etyka, estetyka, etykieta, przestrzegać zasad kultury sprzedaży wyrobów odzieżowych, scharakteryzować metody i narzędzia sprzedaży internetowej wyrobów odzieżowych, przedstawić zasady sprzedaży internetowej.
3. Kompetencje personalne i społeczne		stosuje techniki radzenia sobie ze stresem	<ul style="list-style-type: none"> przedstawia różne formy zachowań asertywnych jako sposoby radzenia sobie ze stresem rozdziela techniki rozwiązywania konfliktów związanych z wykonywaniem zadań zawodowych określa skutki stresu 	<ul style="list-style-type: none"> zaproponować różne formy zachowań asertywnych jako sposobu radzenia sobie ze stresem, zastosować różne techniki rozwiązywania konfliktów związanych z wykonywaniem zadań zawodowych,
4. Organizacja pracy małych zespołów		kieruje wykonaniem przydzielonych zadań	<ul style="list-style-type: none"> ustala kolejność wykonywania zadań zgodnie z harmonogramem prac 	<ul style="list-style-type: none"> planować pracę zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań, określić działania realizowane wspólnie przez zespół komunikować się ze współpracownikami udzielać wskazówek w celu prawidłowego wykonania przydzielonych zadań
		ocenia jakość wykonania przydzielonych zadań	<ul style="list-style-type: none"> ocenia pracę poszczególnych członków zespołu pod względem zgodności z warunkami technicznymi odbioru prac 	

Temat	Liczba godzin 50	Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji	Oczekiwane efekty uczenia się Słuchacz/uczestnik potrafi:
			– udziela wskazówek w celu prawidłowego wykonania przydzielonych zadań	<ul style="list-style-type: none"> - określić wzorce wykonania zadania - przestrzegać podziału ról, zadań i odpowiedzialności w zespole.
		dobiera osoby do wykonania przydzielonych zadań	– rozdziela zadania według umiejętności i kompetencji członków zespołu	

*) możliwe kształcenie treści teoretycznych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

4.3.4 Procedury osiągnięcia celów kształcenia

Warunkiem osiągnięcia założonych celów kształcenia w zakresie modułu jest opracowanie odpowiednich dla kwalifikacji procedur, a w tym:

- zaplanowanie spotkania ze uczestnikami (wskazanie celów szczegółowych jakie powinny zostać osiągnięte),
- wykorzystanie różnorodnych metod nauczania (szczególnie aktywizujących) uczestnika do pracy,
- dobór środków dydaktycznych do treści i celów nauczania,
- dobór formy pracy ze uczestnikami z określeniem ilości osób w grupie, określenie indywidualizacji zajęć,
- systematyczne sprawdzanie wiedzy i umiejętności uczestników poprzez sprawdziany w formie testu wielokrotnego wyboru lub z pytaniami otwartymi,
- stosowanie oceniania sumującego i kształtującego,
- przeprowadzenie ewaluacji doboru treści nauczania do założonych celów, metod pracy, środków dydaktycznych, sposobu oceniania i informacji zwrotnej dla uczestnika.

Warunki realizacji efektów kształcenia

Każda jednostka modułowa powinna być wyposażona w pakiet edukacyjny, czyli zbiór materiałów do nauczania i uczenia się stanowiący obudowę dydaktyczną programu kształcenia i odnoszący się do jednostki modułowej.

Pakiet powinien zawierać

- poradnik dla uczestnika i nauczyciela,
- informację o wyposażeniu i środkach dydaktycznych,

- zestawy ćwiczeń, zadań, projektów oraz materiałów dydaktycznych dla uczestnika,
- zestawy do sprawdzania postępów i osiągnięć.

Kształcenie modułowe powinno być realizowane metodami aktywizującymi, w szczególności:

- metodą przypadków
- inscenizacji
- dyskusji dydaktycznej
- gier dydaktycznych
- metodami praktycznymi np. pokaz z objaśnieniem, metoda projektów, przewodniego tekstu, ćwiczenia praktyczne.

Dominującą metodą nauczania powinny być ćwiczenia praktyczne.

Prowadzenie zajęć metodami aktywizującymi i praktycznymi wymaga od nauczyciela przygotowania materiałów takich jak:

- instrukcje bezpieczeństwa i higieny pracy,
- instrukcje stanowiskowe,
- instrukcje do wykonywania ćwiczeń,
- teksty przewodnie,
- instrukcje do metody projektów,
- zestawy plansz i arkuszy do wykorzystania podczas gier dydaktycznych.

Metoda przewodniego tekstu i metoda projektów wymagają odpowiedniego wyposażenia pracowni w sprzęt i urządzenia techniczne umożliwiające organizację pracy w grupach 2 - 4 osobowych.

Zajęcia powinny odbywać się w pracowniach odpowiednio do realizowanych treści:

1. Pracowni projektowania wyposażonej w stanowisko komputerowe dla nauczyciela podłączone do sieci lokalnej, z dostępem do internetu, oprogramowaniem biurowym, oprogramowaniem do komputerowego wspomagania projektowania, urządzeniem wielofunkcyjnym, ploterem i projektorem multimedialnym, drukarkę umożliwiającą drukowanie w formacie A3 (jedna drukarka dla ośmiu uczestników stanowiska rysunkowe z przyborami kreślarskimi (jedno stanowisko dla jednego uczestnika), zestawy barw (plansze), damskie, męskie i dziecięce manekiny krawieckie, plansze przedstawiające sylwetki ludzkie, tabele wymiarów, albumy projektów odzieży.

W trakcie realizacji programu nauczania należy położyć duży nacisk na samokształcenie uczestników oraz na korzystanie z różnych źródeł informacji, jak podręczniki, poradniki, normy, katalogi, instrukcje i pozatekstowe źródła informacji. Treści kształcenia powinny być aktualne i uwzględniać współczesne technologie, materiały, narzędzia i sprzęt. Wskazane jest wykorzystanie filmów dydaktycznych i komputerowych programów symulacyjnych, organizowanie wycieczek dydaktycznych na targi i wystawy.

Formy organizacyjne

Zajęcia powinny być prowadzone z wykorzystaniem zróżnicowanych form: grupowo podczas analizy nowych treści programowych, indywidualnie oraz zespołowo podczas wykonywania ćwiczeń, zadań, badania osiągnięć edukacyjnych uczestników. Nauczyciel realizujący program powinien:

- motywować uczestników do pracy,
- dostosowywać stopień trudności planowanych ćwiczeń do możliwości i potrzeb uczestnika,
- planować zadania do wykonania przez uczestnika z uwzględnieniem ich zainteresowań,
- przygotowywać zadania o różnym stopniu trudności i złożoności,
- zachęcać uczestnika do korzystania z różnych źródeł informacji zawodowych.

4.3.5 Proponowane metody sprawdzania osiągnięć edukacyjnych

Ważnym elementem organizacji procesu dydaktycznego jest system sprawdzania i oceny osiągnięć uczestników kursu. Sprawdzanie i ocenianie osiągnięć powinno odbywać się w sposób ciągły i systematyczny przez cały czas realizacji programu.

Wiedza może być sprawdzana za pomocą sprawdzianów ustnych i pisemnych oraz testów praktycznych z zadaniami typu próba pracy, zadaniami nisko symulowanymi lub wysoko symulowanymi.

W trakcie zajęć nauczyciel powinien rozwijać zainteresowanie zawodem, wskazywać możliwość dalszego kształcenia, zdobywania nowych umiejętności i kwalifikacji zawodowych. Ważne jest również odniesienie się do bezpieczeństwa i warunków pracy oraz kształcenie u uczestników kompetencji personalnych i społecznych oraz organizacji pracy małych zespołów, porządknych na rynku pracy.

Duże znaczenie powinna mieć obserwacja pracy i zachowań uczestnika, która dostarcza ważnych informacji umożliwiających wspomaganie procesu jego uczenia się i rozwoju. Zaleca się systematyczne ocenianie postępów uczestnika oraz bieżącą analizę i korygowanie nieprawidłowo wykonywanych ćwiczeń.

Kryteria oceniania powinny być czytelnie określone na początku nauki oraz uszczegółowiane w odniesieniu do bieżących form sprawdzania i kontroli wiedzy i umiejętności.

W procesie oceniania należy uwzględnić wartość osiąganych efektów kształcenia w kategorii od najniższej do najwyższej: wiedza, umiejętności, kompetencje. Wskazane jest stosowanie oceniania kształtującego.

Oceniając osiągnięcia uczestników należy zwrócić uwagę na umiejętność planowania sprzedaży internetowej wyrobów odzieżowych, organizacji przestrzeni wystawowej i sprzedażowej salonów odzieżowych, korzystania z dokumentacji, materiałów pomocniczych, czytania rysunków, projektowania, dokonywania analizy, przewidywania zagrożeń, wyciągania wniosków, prezentacji wyników, a także na poprawność wykonywania ćwiczeń i zadań w określonych ramach czasowych oraz stosowanie terminologii zawodowej.

Sprawdzanie opanowania przez uczestnika/uczestnika wymagań programowych będzie przeprowadzone na podstawie wykonanych ćwiczeń. W ocenie należy uwzględnić następujące kryteria ogólne: zawartość merytoryczną ćwiczeń, ich poprawność, formy przedstawienia. Sprawdzanie osiągnięć powinno odbywać się przez cały okres realizacji programu zajęć na podstawie kryteriów przedstawionych na początku kursu.

Proponowane metody ewaluacji jednostki modułowej

- Ewaluacja jednostki modułowej na początku kształcenia: ankieta – potrzeby uczestników i uczestników i warunki w jakich odbywają się zajęcia, test sprawdzający stan kompetencji i umiejętności z zakresu organizowania działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych.
- Ewaluacja jednostki modułowej w trakcie realizacji: test – badanie nabytych kompetencji i umiejętności, arkusz indywidualnego wywiadu ze uczestnikami i uczestnikami, arkusz –obserwacja zachowań uczestników i uczestników w czasie wykonywania zadań.
- Ewaluacja podsumowująca skuteczność realizacji programu modułu: porównanie nabytych kompetencji i umiejętności uczestnika / uczestnika z wcześniejszymi wynikami (test oraz arkusz indywidualnego wywiadu ze uczestnikami i uczestnikami), arkusz obserwacji zachowań uczestników w czasie wykonywania zadań.

Wykaz literatury dla jednostki modułowej

- 1) Hoffman H., Łukaszewski B., Olszewski A.: Podstawy kompozycji plastycznej wybrane zagadnienia. Skrypt. Politechnika Radomska, Radom 1998,
- 2) Krysińska Stanisława: Szybie i konserwacja odzieży. Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne. Warszawa 1995
- 3) Kotler P. Keller K.: Marketing. Dom Wydawniczy REBIS, Poznań 2020
- 4) Payne A.: Marketing usług. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1997,
- 5) Posner H.: Marketing mody. Wydawnictwo ARKADY, Warszawa 2019.

5. Proponowane metody ewaluacji kursu umiejętności zawodowych

Proponuje się przeprowadzić ewaluację programu poprzez wstępne zdiagnozowanie potrzeb uczestników za pomocą ankiet. Następnie w trakcie nauczania przeprowadzać krótkie ankiety sprawdzające opanowanie określonych efektów kształcenia, treści programowych. Ważnymi metodami są również obserwacje oraz wywiady z uczestnikami, samoocena. Na zakończenie kształcenia proponuje się przeprowadzić ewaluację podsumowującą z wykorzystaniem testów zawierających pytania otwarte i zamknięte oraz zadań praktycznych sprawdzających poziom umiejętności.

Metodami pomocniczymi w trakcie ewaluacji mogą być także karty ewaluacji na koniec jednostki modułowej.

Proponowane metody ewaluacji jednostki modułowej

- Ewaluacja jednostki modułowej na początku kształcenia: ankieta – potrzeby uczestników i warunki w jakich odbywają się zajęcia, test sprawdzający stan kompetencji i umiejętności z zakresu przygotowania procesów wytwarzania wyrobów odzieżowych.
- Ewaluacja jednostki modułowej w trakcie realizacji: test – badanie nabytych kompetencji i umiejętności, arkusz indywidualnego wywiadu z uczestnikami, arkusz – obserwacja zachowań uczestników w czasie wykonywania zadań.
- Ewaluacja podsumowująca skuteczność realizacji jednostki modułowej: porównanie nabytych kompetencji i umiejętności uczestnika / uczestnika z wcześniejszymi wynikami (test oraz arkusz indywidualnego wywiadu z uczestnikami), arkusz obserwacji zachowań uczestników w czasie wykonywania zadań.
- Zadaniem ewaluacji jest sprawdzenie opanowania przez uczestników efektów kształcenia z podstawy programowej i osiągnięcie wskaźników potwierdzających osiągnięcie tych efektów.

Tabela 11. Ewaluacja kursu umiejętności zawodowych

Efekty kształcenia z podstawy programowej (oznaczony w programie kursu jako kluczowy dla jednostki efektów)	Wskaźniki potwierdzające osiągnięcie efektu kształcenia	Metody/techniki badania	Termin badania
MOD.11.4 Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych			
projektuje wyroby odzieżowe, uwzględniając aktualne trendy w modzie	<p>Uczestnik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - identyfikuje trendy mody w sezonie - wskazuje źródła informacji o aktualnych trendach w modzie - rozróżnia rodzaje potrzeb klientów - identyfikuje źródła informacji o postawach i opiniach różnych grup konsumentów - określa typy klientów i sposoby postępowania z nimi - dobiera kryteria doboru grupy docelowej - rozpoznaje cechy wspólne określonej grupy docelowej 	ustne sprawdziany poziomu wiedzy i umiejętności, pisemne sprawdziany i testy,	W trakcie realizacji jednostki modułowej
organizuje działania związane z kontraktacją kolekcji wyrobów odzieżowych	<p>Uczestnik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - określa działania związane z kontraktacją wyrobów odzieżowych - rozróżnia zasady kontraktacji kolekcji odzieży - określa cechy kupca mody - dobiera proces wyboru i zamówienia kolekcji wyrobów odzieżowych 	ustne sprawdziany poziomu wiedzy i umiejętności, pisemne sprawdziany i testy,	W trakcie realizacji jednostki modułowej
wyznacza strategie i kanały dystrybucji wyrobów odzieżowych	<p>Uczestnik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - określa funkcje dystrybucji - wymienia pośredników w kanałach dystrybucji - wskazuje rodzaje kanałów dystrybucji - wymienia strategie dystrybucji - stosuje kryteria doboru kanałów dystrybucji dla firmy odzieżowej 	ustne lub pisemne testy i /lub sprawdziany poziomu wiedzy, zadania praktyczne sprawdzające poziom umiejętności, samoocena własnej pracy i lub innych uczestników wg opracowanych arkuszy samooceny i oceny.	W trakcie realizacji jednostki modułowej



Efekty kształcenia z podstawy programowej (oznaczony w programie kursu jako kluczowy dla jednostki efektów)	Wskaźniki potwierdzające osiągnięcie efektu kształcenia	Metody/techniki badania	Termin badania
opracowuje koncepcje sprzedaży internetowej wyrobów odzieżowych	<p>Uczestnik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wymienia cechy sklepu internetowego - wskazuje zasadę "trzech e" w obsłudze klienta: etyka, estetyka, etykieta - przestrzega zasad kultury sprzedaży wyrobów odzieżowych - stosuje przepisy prawne dotyczące sprzedaży internetowej wyrobów odzieżowych 	ustne lub pisemne testy i /lub sprawdziany poziomu wiedzy, zadania praktyczne sprawdzające poziom umiejętności, samoocena własnej pracy i lub innych uczestników wg opracowanych arkuszy samooceny i oceny.	W trakcie realizacji jednostki modułowej
MOD.11.6.Kompetencje personalne i społeczne			
przestrzega zasad kultury osobistej i etyki zawodowej	<p>Uczestnik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wymienia zasady etyki - wyjaśnia, na czym polega zachowanie etyczne w zawodzie - wskazuje przykłady zachowań etycznych - wyjaśnia, czym jest plagiat - okazuje szacunek innym osobom oraz szacunek dla ich pracy - stosuje zasady kultury osobistej i ogólnie przyjęte normy zachowania - wyraża swoje opinie zgodnie z przyjętymi normami w swoim środowisku pracy - przestrzega tajemnicy zawodowej 	ukierunkowana obserwacja pracy uczestników podczas wykonywania ćwiczeń, zadań praktycznych.	W trakcie realizacji całego kursu
doskonali umiejętności zawodowe	<p>Uczestnik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wymienia umiejętności i kompetencje niezbędne w zawodzie - wskazuje przykłady podkreślające wartość wiedzy dla osiągnięcia sukcesu zawodowego - analizuje własne kompetencje i umiejętności zawodowe - planuje ścieżkę rozwoju zawodowego 	Ukierunkowana obserwacja pracy uczestników podczas wykonywania ćwiczeń, zadań praktycznych.	W trakcie realizacji całego kursu



Efekty kształcenia z podstawy programowej (oznaczony w programie kursu jako kluczowy dla jednostki efektów)	Wskaźniki potwierdzające osiągnięcie efektu kształcenia	Metody/techniki badania	Termin badania
	- wykorzystuje różne źródła informacji w celu doskonalenia umiejętności zawodowych		
MOD.11.7. Organizacja pracy małych zespołów			
organizuje pracę zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań	<p>Uczestnik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - planuje pracę zespołu w celu wykonania zadania - określa czas realizacji zadań - realizuje działania w wyznaczonym czasie - monitoruje realizację zaplanowanych działań - określa oczekiwaną jakość wykonania przydzielonych zadań 	Ukierunkowana obserwacja pracy uczestników podczas wykonywania ćwiczeń, zadań praktycznych.	W trakcie realizacji całego kursu
kieruje wykonaniem przydzielonych zadań	<p>Uczestnik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - nadzoruje realizację zadań na poszczególnych stanowiskach - udziela informacji zwrotnej - opisuje zasady motywacji do pracy - udziela motywującej informacji zwrotnej członkom zespołu 	Ukierunkowana obserwacja pracy uczestników podczas wykonywania ćwiczeń, zadań praktycznych.	W trakcie realizacji całego kursu

6. Sposób i forma zaliczenia kursu umiejętności zawodowych

Kurs umiejętności zawodowych MOD.11.4. Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych w zakresie kwalifikacji MOD.11. Organizacja procesów wytwarzania wyrobów odzieżowych wyodrębnionej dla zawodu technik przemysłu mody, kończy się zaliczeniem w formie ustalonej przez podmiot prowadzący kurs.

Proponuje się, aby warunkiem otrzymania zaświadczenia, świadectwa ukończenia kursu było:

- zrealizowanie programu przewidzianego w programie kursu;
- pozytywne zaliczenie testu wiedzy i egzaminu praktycznego.

Uczestnik, który ukończy dany kurs otrzyma certyfikat ukończenia, po uzyskaniu akredytacji kursów w Kuratorium Oświaty zaświadczenie o ukończeniu kursu wg wzoru określonego rozporządzeniem Ministra Edukacji Narodowej w sprawie kształcenia ustawicznego w formach pozaszkolnych.

7. Wykaz literatury oraz niezbędnych środków i materiałów dydaktycznych

7.1. Literatura

- 1) Borowska E.: Historia ubioru. Album dla kolekcjonerów. KAW, Warszawa 1983,
- 2) Czapnik E.: Zestaw ćwiczeń z zakresu komputerowego wspomagania projektowania, WSIP, Warszawa 1999,
- 3) Hoffman H., Łukaszewski B., Olszewski A.: Podstawy kompozycji plastycznej wybrane zagadnienia. Skrypt. Politechnika Radomska, Radom 1998,
- 4) Krysińska Stanisława: Szycie i konserwacja odzieży. Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne. Warszawa 1995
- 5) Kotler P. Keller K.: Marketing. Dom Wydawniczy REBIS, Poznań 2020
- 6) Fałkowska-Rękawek E.: Podstawy projektowania odzieży. WSiP, Warszawa 2000,
- 7) Payne A.: Marketing usług. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1997,
- 8) Posner H.: Marketing mody. Wydawnictwo ARKADY, Warszawa 2019.
- 9) Sue J.J: Moda. Projektowanie. Wydawnictwo ARKADY 2007.
- 10) Vilascca E.: Wybieg bez tajemnic. Organizacja pokazów mody. Wydawnictwo ARKADY, Warszawa 2012.

7.2. Materiały i środki dydaktyczne

- Polskie Normy PN
- Branżowe Normy BN
- Foldery reklamowe,
- Filmy dydaktyczne,
- Tutoriale tematyczne
- Literatura i czasopisma branżowe
- Oprogramowanie komputerowe przygotowania produkcji odzieży (konstrukcja, stopniowanie, układ szablonów, projektowanie np. Inven Tex, Grafis, Optitex)

Wykaz literatury należy aktualizować w miarę ukazywania się nowych pozycji wydawniczych.

8. Sprawdzenie kompletności i poprawności opracowanego programu zajęć

Tabela 12. Weryfikacja programu nauczania KUZ pod kątem zgodności z przepisami prawa oświatowego

Lp.	Program kursu umiejętności zawodowych uwzględnia	Zawartość opracowanego programu zajęć (Tak-T/Nie-N)
1	Cele kształcenia (zadania zawodowe)	T
2	Efekty kształcenia	T
3	Kryteria weryfikacji	T
4	Warunki realizacji kształcenia w kwalifikacji (lub niezbędne do realizacji danej jednostki efektów)	T
5	Minimalna liczba godzin kształcenia zawodowego dla kwalifikacji wyodrębnionej w zawodzie lub jednostki efektów	T

Tabela 13. Weryfikacja programu KUZ pod kątem kompletności efektów kształcenia

Efekty kształcenia oraz kryteria weryfikacji określone w podstawie programowej kształcenia w zawodzie		Zawartość opracowanego programu modułowego
MOD.11.4. Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych		
Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji	Moduł/jednostka modułowa
określa potrzeby grup docelowych klientów(ew)	<ul style="list-style-type: none"> – wskazuje źródła informacji o aktualnych trendach w modzie – opisuje rynek mody wyrobów odzieżowych – określa typy klientów – identyfikuje rodzaje potrzeb klientów – określa cechy wspólne określonej grupy docelowej. 	MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych
projektuje wyroby odzieżowe, uwzględniając aktualne trendy w modzie(ek)	<ul style="list-style-type: none"> – określa źródła inspiracji kulturą regionalną, historyczną – identyfikuje trendy w modzie w danym sezonie – dobiera elementy charakterystyczne dla trendów w modzie do projektowanych wyrobów odzieżowych – stosuje obowiązujące na dany sezon tkaniny, kolory, dodatki, elementy zdobnicze i fasony – określa cechy kolekcji wyrobów odzieżowych – projektuje kolekcje wyrobów odzieżowych uwzględniając aktualne trendy w modzie i grupy docelowe klientów 	MOD.11.M2.J1 Projektowanie kolekcji wyrobów odzieżowych



Efekty kształcenia oraz kryteria weryfikacji określone w podstawie programowej kształcenia w zawodzie		Zawartość opracowanego programu modułowego
MOD.11.4. Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych		
Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji	Moduł/jednostka modułowa
określa instrumenty promocji wyrobów odzieżowych stosowane na rynku mody (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – dobiera instrumenty promocji wyrobów odzieżowych – wskazuje narzędzia promocji i sprzedaży wyrobów odzieżowych – określa cele promocji wyrobów odzieżowych – identyfikuje rodzaje nośników reklamy zewnętrznej – dobiera metody promocji kolekcji wyrobów odzieżowych – identyfikuje rodzaje nośników reklamy internetowej – wskazuje narzędzia wykorzystywane w public relations – wskazuje nazwy portali społecznościowych wykorzystywanych do promocji marki modowej 	MOD.11.M2.J2 Marketing wyrobów odzieżowych
organizuje działania związane z kontraktacją kolekcji wyrobów odzieżowych (ek)	<ul style="list-style-type: none"> – określa działania związane z kontraktacją kolekcji wyrobów odzieżowych – dobiera proces wyboru i zamówienia kolekcji odzieży – rozróżnia zasady kontraktacji kolekcji odzieży 	MOD.11.M2.J2 Marketing wyrobów odzieżowych
wyznacza strategie i kanały dystrybucji wyrobów odzieżowych (ek)	<ul style="list-style-type: none"> – określa funkcje dystrybucji – wymienia pośredników w kanałach dystrybucji – wskazuje rodzaje kanałów dystrybucji – wymienia strategie dystrybucji – stosuje kryteria doboru kanałów dystrybucji wyrobów odzieżowych 	MOD.11.M2.J2 Marketing wyrobów odzieżowych
określa działania z zakresu marketingu mody (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – rozpoznaje działania z zakresu marketingu mody – wskazuje elementy tworzenia tożsamości marki i rozpoznawalności przez potencjalnych klientów na rynku – wymienia kategorie marek – wymienia elementy marketingu – wskazuje narzędzia komunikacji służące promocji marek modowych 	MOD.11.M2.J2 Marketing wyrobów odzieżowych
aranżuje przestrzeń wystawową i sprzedażową salonów odzieżowych (ep)	<ul style="list-style-type: none"> – wymienia narzędzia sprzedaży wizualnej – rozróżnia rodzaje powierzchni wystawowej i sprzedażowej – rozpoznaje rodzaje wystaw – stosuje zasady wykonania kompozycji wystawy sprzedażowej – dobiera sprzęt wystawowy 	MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych



Efekty kształcenia oraz kryteria weryfikacji określone w podstawie programowej kształcenia w zawodzie		Zawartość opracowanego programu modułowego
MOD.11.4. Organizowanie działań związanych z marketingiem oraz sprzedażą wyrobów odzieżowych		
Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji	Moduł/jednostka modułowa
	<ul style="list-style-type: none"> wyróżnia strefy salonów odzieżowych wymienia zasady ekspozycji towarów w poszczególnych strefach salonów odzieżowych wskazuje zasady pozycjonowania produktów wykonuje projekt graficzny zagospodarowania przestrzeni sklepowej wykonuje projekt graficzny przestrzeni wystawowej określa zasady projektowania przestrzeni wystawowej i sprzedażowej stosuje zasady działalności marketingowej w procesie aranżowania przestrzeni salonów odzieżowych 	
opracowuje koncepcje sprzedaży internetowej wyrobów odzieżowych (ek)	<ul style="list-style-type: none"> wymienia cechy sklepu internetowego stosuje przepisy prawa dotyczące sprzedaży internetowej wyrobów odzieżowych omawia „zasadę trzech e” w obsłudze klienta: etyka, estetyka, etykieta przestrzega zasad kultury w sprzedaży internetowej wyrobów odzieżowych określa metody i narzędzia sprzedaży internetowej wyrobów odzieżowych, omawia zasady sprzedaży internetowej 	MOD.11.M2.J3 Formy sprzedaży wyrobów odzieżowych