Załącznik nr 5 do zarządzenia Prorektora ds. Kształcenia i Rozwoju nr RKR.Z.0211.11.2023

**KARTA KURSU**

Media Content & Creative Writing

Studia niestacjonarne II stopnia, 3 semestr

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa | Rynek mody |
| Nazwa w j. ang. | The Fashion industry |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Koordynator | mgr Małgorzata Marczewska | Zespół dydaktyczny: |

|  |  |
| --- | --- |
| Punktacja ECTS\* | 2 |

**Opis kursu (cele kształcenia)**

|  |
| --- |
| Celem kursu jest przybliżenie najważniejszych zjawisk światowego rynku mody oraz wyzwań, jakie przed nim stoją. Na zajęciach student zapoznaje się z charakterystyką najważniejszych marek modowych oraz modelem budowania marki odzieżowej. Poznaje również pojęcia dotyczące mody zrównoważonej, wpływu globalizacji oraz cyfryzacji na przemysł odzieżowy. |

**Warunki wstępne**

|  |  |
| --- | --- |
| Wiedza | Znajomość podstawowych zjawisk w historii sztuki oraz estetyki (szczególnie XX wieku).  Znajomość podstawowych zjawisk w historii i kulturze XX wieku. |
| Umiejętności | Brak |
| Kursy | Brak |

**Efekty uczenia się**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Wiedza | | Efekt uczenia się dla kursu | | | | | | | | | | Odniesienie do efektów kierunkowych | | | | |
| W01, Student zna podstawowe mechanizmy kształtowania się rynku mody, jako jednego z największych sektorów gospodarki światowej, w zakresie produkcji, dystrybucji oraz sprzedaży wyrobów odzieżowych. Jest świadomy zagrożeń ekologicznych wynikających z masowej produkcji taniej odzieży (fast fashion), oraz zna sposoby na ograniczenie szkodliwego wpływu przemysłu odzieżowego na środowisko (moda zrównoważona, recykling).  W01, Student zna charakterystykę poszczególnych segmentów rynku odzieżowego, od masowego, poprzez premium po haute couture. Rozpoznaje największe domy mody.  W03, Student zna najważniejszą literaturę, czasopisma oraz wydarzenia ze świata mody oraz potrafi się do nich krytycznie odnosić. | | | | | | | | | | K\_W06, K\_W9  K\_W06  K\_W11, K\_W03 | | | | |
| Umiejętności | | Efekt uczenia się dla kursu | | | | | | | | | | Odniesienie do efektów kierunkowych | | | | |
| U01, Student potrafi zanalizować stylizację modową posługując się kryteriami formalnymi takimi jak kompozycja, kolorystyka, rytm, modułowość, ekspresja.  U02, Student potrafi stworzyć koncept marki modowej. Uwzględniając potrzeby konsumenta, otoczenie prawno-polityczne, kanały sprzedażowe oraz konkurencję na rynku, student jest w stanie wykreować markę z jej storytellingiem, identyfikatorami oraz przykładową kolekcją.  U03, Student ma wiedzę oraz umiejętności, żeby podejmować dyskusje oraz zabierać stanowisko na temat trendów, tendencji oraz wszelkich najważniejszych zjawisk we współczesnej modzie. | | | | | | | | | | K\_U3, K\_U1  K\_U5, K\_U6  K\_U7 | | | | |
| Kompetencje społeczne | | Efekt uczenia się dla kursu | | | | | | | | | | Odniesienie do efektów kierunkowych | | | | |
| K01, Student ma świadomość wieloaspektowości oddziaływania mody, zarówno jako odzwierciedlenia zjawisk w kulturze, jak i znaczenia ubioru jako nośnika znaczeń i wyznawanych wartości (kostium, ubiór jako cytat, ubiór protestacyjny itd.).  K02, Student jest świadomy przemian, jakie niesie ze sobą cyfryzacja oraz jej odziaływania na rynek odzieżowy.  K03, Student ma świadomość zagrożeń ekologicznych oraz innych zgubnych skutków nadmiernego konsumpcjonizmu oraz zmian, jakie można wprowadzić, żeby temu zaradzić. | | | | | | | | | | K\_K2  K\_K1  K\_K1, K\_K2 | | | | |
| Organizacja | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Forma zajęć | | Wykład  (W) | | Ćwiczenia w grupach | | | | | | | | | | | | |
| A |  | K |  | L |  | S |  | P | |  | E |  |
| Liczba godzin | |  | | 10 | |  | |  | |  | |  | | |  | |

**Opis metod prowadzenia zajęć**

|  |
| --- |
| Wykład konwersatoryjny wspierany prezentacją multimedialną. Ważną częścią zajęć jest praca w grupach, która jest praktycznym rozwinięciem części teoretycznej (w obrębie grup studenci przygotowują m. in. samodzielną analizę stylizacji oraz tworzą koncept marki modowej bazującej na wylosowanych przez grupę wytycznych). Na zakończenie każdych zajęć analizujemy jedną ciekawostkę ze świata mody, co prowadzi do dyskusji o tendencjach we współczesnej modzie. |

**Formy sprawdzania efektów uczenia się**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | E – learning | Gry dydaktyczne | Ćwiczenia w szkole | Zajęcia terenowe | Praca laboratoryjna | Projekt indywidualny | Projekt grupowy | Udział w dyskusji | Referat | Praca pisemna (esej) | Egzamin ustny | Egzamin pisemny | Inne |
| W01 |  |  |  |  |  |  | X |  |  | X |  |  |  |
| W02 |  |  |  |  |  |  | X |  |  | X |  |  |  |
| W03 |  |  |  |  |  |  | X |  |  |  |  |  |  |
| U01 |  |  |  |  |  |  | X | X |  | X |  |  |  |
| U02 |  |  |  |  |  |  | X |  |  | X |  |  |  |
| U03 |  |  |  |  |  |  | X |  |  | X |  |  |  |
| K01 |  |  |  |  |  |  | X | X |  | X |  |  |  |
| K02 |  |  |  |  |  |  |  | X |  |  |  |  |  |
| K03 |  |  |  |  |  |  |  | X |  | X |  |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Kryteria oceny | Na zaliczenie z oceną składa się czynne uczestnictwo w zajęciach (obecność oraz aktywna praca przy projektach grupowych) oraz samodzielne napisanie eseju na jeden z podanych tematów. |

|  |  |
| --- | --- |
| Uwagi |  |

**Treści merytoryczne (wykaz tematów)**

|  |
| --- |
| 1. Rynek mody, marketplace, łańcuchy dostaw, e-commerce - wprowadzenie podstawowych pojęć. 2. Charakterystyka i wyzwania współczesnego światowego rynku mody. 3. Marki luksusowe, marki premium a produkcja masowa. 4. Haute couture (wysokie krawiectwo) – specyfika tego segmentu rynku: regulacje, proces powstawania stylizacji. 5. Charakterystyka największych domów mody, m.in. Chanel, Dior, Prada, Gucci, Louis Vuitton. 6. Model marki modowej - jak powstaje dziedzictwo marki. Tożsamość, archetyp, identyfikatory marki. 7. Vogue jako ,,biblia mody” - powstanie, ewolucja magazynu, redaktorki naczelne. 8. Najważniejsze wydarzenia w świecie mody - Met Gala, Fashion Weeks. 9. Analiza stylizacji modowej - kompozycja, rytm, kolorystyka, ekspresja. Budowanie aparatu pojęciowego analizy formalnej stylizacji modowej. 10. Moda zrównoważona, recykling i upcykling jako antidotum na fast fashion. 11. Digital fashion - kierunki rozwoju. 12. Moda zaangażowana społecznie, ubiór protestacyjny, ubiór jako nośnik wartości i światopoglądu. 13. Najważniejsze przemiany modowe w XX i w pierwszej ćwierci XXI wieku. |

**Wykaz literatury podstawowej**

|  |
| --- |
| 1. Dana Thomas, Fashionopolis: The Price of Fast Fashion and the Future of Clothes, wyd. Wydawnictwo literackie, 2021 2. Teri Agins, The End of Fashion: The Mass Marketing of the Clothing Business, wyd. Harper Collins, New York 2000 3. Małgorzata Garda, Moda po modzie, wyd. Wydawnictwo Naukowe UAM, 2020 4. Francois Boucher, Historia mody; dzieje ubiorów od czasów prehistorycznych do końca XX wieku, wyd. Arkady, Warszawa 2009 5. Moda. Historia od XVIII do XX Wieku, oprac. zbiorowe, tłum. Sylwia Majewska, wyd. Taschen GmbH, 2012, Tom I: XVIII i XIX wiek, Tom II: XX wiek 6. Jacek Kall, Aleksandra Parchla-Włosik, Alicja Raciniewska, Katarzyna Semperuch-Krzemińska, Marka Modowa. Jak zrozumieć konsumenta mody i stworzyć markę szytą na miarę? wyd. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2018 |

**Wykaz literatury uzupełniającej**

|  |
| --- |
| 1. Christian Dior, The Little Dictionary of Fashion, wyd. V&A Publishing, 2008 2. Grace Coddington, Grace: A Memoir, wyd. New York: Random House, 2012 3. Justine Picardie, Coco Chanel: The legend and the life, wyd. Harpencollinns Publishers, 2023 4. Iwona Kienzler, Dyktatorzy mody; wzloty, upadki, skandale, wyd. Lira, 2022 5. Krzysztof Łoszewski, Smart casual; męski styl, wyd. BOSZ, 2013 6. Krzysztof Łoszewski, Od spódnicy do spodni; historia mody męskiej, wyd. BOSZ, 2014 7. Willian Middleton, Karl Lagerfeld. Raj jest teraz, wyd. Marginesy, 2024 8. Melissa Leventon, Ilustrowana historia strojów, wyd. Arkady, 2008 9. Maria Gutkowska-Rychlewska, Historia ubiorów, wyd. Zakład Narodowy Imienia Ossolińskich, Wrocław-Warszawa-Kraków 1968   10.Ewa Szyller, Historia ubiorów, wyd. Inny Świat, 1963  11. Anna Sieradzka, Tysiąc lat ubiorów w Polsce, wyd. Arkady 2003  12. Karen Homer, Seria „Historia kultowego domu mody”, wyd. Wydawnictwo Arkady 2023  (Hermès, Fendi, Dolce & Gabbana, Dior, Gucci, Chanel, Balanciaga, itd.) |

**Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi | Wykład |  |
| Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.) | 10 |
| Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym | 4 |
| Liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi | Lektura w ramach przygotowania do zajęć | 18 |
| Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu | 18 |
| Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie) |  |
| Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia |  |
| Ogółem bilans czasu pracy | | 50 |
| Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika | | 2 |