

Nazwa kwalifikacji:

**Organizacja procesów wytwarzania wyrobów odzieżowych**

Oznaczenie kwalifikacji:

**MOD.11**

Numer zadania:

**01**

Kod arkusza:

**MOD.11-01-22.01-SG\_zo**

Wersja arkusza:

**SG**

| Lp.        | Elementy podlegające ocenie/kryteria oceny   |
|------------|--|
| <b>R.1</b> | <b>Rezultat 1: Karta pracy w krojowni - tabela 1</b>   |
|            | <i>Rodzaj planowanego układu szablonów</i>   |
| R.1.1      | zapisano: układ łączony, dwukierunkowy, symetryczny, jednokierunkowy, asymetryczny (co najmniej 2 cechy) |
|            | <i>Nazwa etapu prac w krojowni i nazwa zastosowanej maszyny lub urządzenia zapisano:</i>                 |
| R.1.2      | warstwowanie materiału<br>urządzenie – układarka lub warstwowarka  |
| R.1.3      | przyklejenie rysunku układu szablonów z plotera lub ręczne obrysowanie szablonów<br>urządzenie – żelazko |
| R.1.4      | podział nakładu na sekcje<br>urządzenie – krajarka ręczna z nożem pionowym lub tarczowym                 |
| R.1.5      | wykroj elementów wyrobu<br>maszyna – krajarka stacjonarna z nożem taśmowym lub krajarka z nożem pionowym |
| R.1.6      | kontrola jakości wykrojów  |
| R.1.7      | znakowanie wykrojów<br>przyrząd do znakowania wewnętrznych i zewnętrznych punktów spotkań                |
| R.1.8      | numerowanie wykrojów<br>urządzenie – numerator do numerowania wykrojów                                   |
| <b>R.2</b> | <b>Rezultat 2: Karta prac w szwalni - wykaz czynności wytwarzania koszuli męskiej - tabela 2</b>         |
|            | <i>KOŁNIERZ/STÓJKA</i>   |
|            | <i>Nazwa zabiegu zapisano:</i>   |
| R.2.1      | zszycie kołnierza, przewinięcie lub uformowanie kołnierza  |
| R.2.2      | stębnowanie kołnierza 0,5 cm ( $\pm 0,2$ cm)   |
| R.2.3      | doszycie stójki  |
|            | <i>TYŁ/PRZÓD/KARCZEK</i>   |
|            | <i>Nazwa zabiegu - zapisano:</i>   |
| R.2.4      | ułożenie zakładki w tyle, wszycie tyłu pomiędzy karczki  |
| R.2.5      | uszywanie i naszywanie kieszeni na lewy przód  |
| R.2.6      | doszycie karczków do przodów lub wszycie przodów pomiędzy karczki  |
| R.2.7      | stębnowanie karczka tyłu i przodów   |
|            | <i>RĘKAWY/MANKIETY</i>   |
|            | <i>Nazwa zabiegu - zapisano:</i>   |
| R.2.8      | zszycie rękawów  |
| R.2.9      | przestębnowanie rękawów  |
| R.2.10     | doszycie i stębnowanie mankietów   |
| <b>R.3</b> | <b>Rezultat 3: Karta pracy w szwalni – montaż i wykończenie koszuli męskiej - tabela 3</b>               |
|            | <i>MONTAŻ I WYKOŃCZENIE</i>  |
|            | <i>Nazwa zabiegu - zapisano:</i>   |
| R.3.1      | zszycie boków koszuli  |
| R.3.2      | wszycie kołnierza / stójki   |
| R.3.3      | wszycie rękawów  |
| R.3.4      | obrzuwanie dołu overlockiem  |
| R.3.5      | założenie i przesywanie obrębu   |
| R.3.6      | wykonanie dziurek  |
| R.3.7      | przyszywanie guzików   |
| R.3.8      | prasowanie międzyoperacyjne  |
| R.3.9      | prasowanie końcowe   |
| R.3.10     | kontrola jakości gotowego wyrobu   |
| <b>R.4</b> | <b>Rezultat 4: Rysunek instruktażowy naszywania kieszeni - tabela 4</b>                                  |
|            | <i>Na wykonanym rysunku przekroju oznaczono elementy i zabiegi:</i>                                      |
| R.4.1      | prawą stronę tkaniny   |

|  |   |
|--|---|
| R.4.2  | element – wkład klejowy w kieszeni  |
| R.4.3  | element – kieszeń   |
| R.4.4  | zabieg – przeszycie obrębu w kieszeni   |
| R.4.5  | zabieg – naszywanie kieszeni na przód   |
| <b>R.5</b>                                     | <b>Rezultat 5: Wykaz działań promocyjnych związanych ze sprzedażą koszul męskich w e-sklepie - tabela 5</b>   |
| <i>Działania promocyjne – zapisano:</i>        |   |
| R.5.1  | co najmniej 1 dowolną formę reklamy, np.: baner reklamowy, boks reklamowy, pop-up, reklama na stronie WWW, reklama na portalu społecznościowym, reklama na portalu modowym, płatne linki reklamowe, newsletter, link do strony e-sklepu/projektanta   |
| R.5.2  | co najmniej 1 formę promocji sprzedaży z wymienionych: darmowa dostawa, kupon rabatowy, krótkoterminowe obniżki cen   |
| R.5.3  | co najmniej 1 formę promocji z wymienionych: artykuł sponsorowany, obecność na forach dyskusyjnych o modzie, blogach modowych, serwisach społecznościowych  |
| <i>Uzasadnienie doboru działań – zapisano:</i> |   |
| R.5.4  | co najmniej 3 argumenty, uzasadniające dobór działań promocyjnych z wymienionych: niski koszt, duży zasięg oddziaływania, szybki sposób dotarcia do grupy docelowej, kontakt z grupą docelową, atrakcyjny sposób pokazania produktu, szczegółowe informacje o produkcie, kreowanie wizerunku produktu/projektanta, możliwość poznania opinii o produkcie, możliwość złożenia zamówienia |