

Wyjście z diagnozy wejściowej 2025

Propozycje opisów nowych innowacyjnych stanowisk pracy istotnych dla rynku branży mody

Zakres opracowania: I półrocze 2026 r.

Sosnowiec 2026

Spis treści

1. Wprowadzenie	4
2. Cel i zakres wyjścia z diagnozy wejściowej 2025	6
2.1. Cel opracowania	6
2.2. Zakres czasowy opracowania.....	6
2.3. Zakres merytoryczny opracowania.....	7
2.4. Powiązanie z diagnozą wejściową 2025.....	7
2.5. Powiązanie z działaniami IBCM w Sosnowcu	8
2.6. Zakładane rezultaty opracowania	8
3. Kryteria wyboru nowych innowacyjnych stanowisk pracy	10
3.1. Znaczenie kryteriów wyboru stanowisk	10
3.2. Kryterium powiązania ze zmianami technologicznymi	10
3.3. Kryterium powiązania ze zrównoważonym rozwojem	11
3.4. Kryterium odpowiedzi na luki kompetencyjne	11
3.5. Kryterium znaczenia dla rynku pracy	12
3.6. Kryterium możliwości wdrożenia w działaniach IBCM w Sosnowcu.....	13
3.7. Kryterium innowacyjności stanowiska	13
3.8. Kryterium powiązania z wykazem nowych stanowisk zakupionych w IBCM w Sosnowcu	14
3.9. Podsumowanie kryteriów wyboru stanowisk.....	14
4. Wykaz nowych innowacyjnych stanowisk pracy istotnych dla rynku branży mody	16
4.1. Założenia wykazu stanowisk	16
4.2. Wykaz proponowanych innowacyjnych stanowisk pracy.....	16
Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania.	19
4.3. Charakterystyka proponowanego wykazu	19
4.4. Znaczenie wykazu dla rynku pracy	19
4.5. Znaczenie wykazu dla IBCM Sosnowiec	20
4.6. Podsumowanie wykazu stanowisk	21
5. Propozycje opisów nowych innowacyjnych stanowisk pracy	22
5.1. Założenia opisów stanowisk.....	22
5.2. Projektant mody cyfrowej, projektant odzieży 3D	22
5.3. Specjalista ds. wirtualnego prototypowania odzieży	26
5.4. Specjalista ds. e-commerce w branży mody	28
5.5. Specjalista ds. danych produktowych w branży mody.....	30
5.6. Specjalista ds. zrównoważonej mody.....	32
5.7. Koordynator ds. gospodarki cyrkularnej w modzie	34
5.8. Specjalista ds. naprawy, przeróbki i upcyklingu odzieży	37

5.9. Specjalista ds. innowacyjnych materiałów tekstylnych.....	38
5.10. Koordynator ds. transparentności łańcucha dostaw w modzie	40
5.11. Specjalista ds. zgodności, jakości i bezpieczeństwa produktu modowego	42
5.12. Specjalista ds. visual merchandisingu i doświadczenia klienta	45
5.13. Specjalista ds. komunikacji odpowiedzialnej marki modowej	47
5.14. Specjalista ds. wykorzystania sztucznej inteligencji w projektowaniu i sprzedaży mody	48
5.15. Podsumowanie propozycji opisów nowych innowacyjnych stanowisk pracy	51
6. Rekomendacje dla wdrożenia nowych innowacyjnych stanowisk pracy w działaniach IBCM Sosnowiec.....	53
6.1. Znaczenie wdrożenia wyników wyjścia z diagnozy wejściowej.....	53
6.2. Rekomendacja 1. Konsultacja wykazu stanowisk z pracodawcami	53
6.3. Rekomendacja 2. Opracowanie kart stanowisk pracy	54
6.4. Rekomendacja 3. Przełożenie opisów stanowisk na efekty uczenia się	55
6.5. Rekomendacja 4. Opracowanie modułowej oferty szkoleniowej	55
6.6. Rekomendacja 5. Przygotowanie ścieżek rozwoju kompetencji.....	56
6.7. Rekomendacja 6. Pilotaż szkoleń dla wybranych stanowisk.....	57
6.8. Rekomendacja 7. Włączenie pracodawców w proces wdrożenia	57
6.9. Rekomendacja 8. Wykorzystanie opisów stanowisk w doradztwie zawodowym	58
6.10. Rekomendacja 9. Aktualizacja opisów stanowisk w cyklu corocznym	58
6.11. Rekomendacja 10. Budowa bazy wiedzy o nowych stanowiskach pracy	59
6.12. Podsumowanie rekomendacji wdrożeniowych.....	59
7. Wnioski końcowe z wyjścia z diagnozy wejściowej 2025	61
7.1. Charakter wyjścia z diagnozy wejściowej	61
7.2. Najważniejsze kierunki zmian w branży mody	61
7.3. Znaczenie nowych innowacyjnych stanowisk pracy	62
7.4. Znaczenie dla IBCM Sosnowiec	62
7.5. Znaczenie dla szkół, uczelni i pracodawców	63
7.6. Najważniejsze rekomendacje końcowe.....	63
7.7. Wniosek końcowy	64

1. Wprowadzenie

Niniejsze opracowanie stanowi wyjście z diagnozy wejściowej przeprowadzonej w 2025 r. w ramach działań ukierunkowanych na rozpoznanie wymagań stanowisk pracy u pracodawców zatrudniających w branży mody. Diagnoza wejściowa obejmowała identyfikację istniejących opisów stanowisk pracy, analizę ofert zatrudnienia publikowanych na portalach rekrutacyjnych, przegląd przykładowych opisów dostępnych w ramach projektów i działań branżowych oraz analizę aktualnych oczekiwań pracodawców wobec kwalifikacji, umiejętności i kompetencji pracowników.

Wyjście z diagnozy wejściowej nie stanowi odrębnego badania, lecz jest etapem wynikowym i wdrożeniowym, którego celem jest wykorzystanie ustaleń diagnozy 2025 do przygotowania propozycji nowych, innowacyjnych stanowisk pracy istotnych dla rynku branży mody. Zakres niniejszego opracowania obejmuje I półrocze 2026 r. i koncentruje się na określeniu kierunków zmian w strukturze stanowisk pracy, identyfikacji nowych ról zawodowych oraz przygotowaniu modelowych opisów stanowisk, które mogą być rozwijane, testowane i wykorzystywane w działaniach Branżowego Centrum Umiejętności Moda w Sosnowcu.

Podstawą opracowania jest założenie, że branża mody przechodzi dynamiczne zmiany technologiczne, organizacyjne, rynkowe i środowiskowe. Coraz większego znaczenia nabierają cyfryzacja procesów projektowania i sprzedaży, rozwój e-commerce, wykorzystanie danych produktowych, automatyzacja wybranych etapów pracy, zrównoważony rozwój, gospodarka cyrkularna, transparentność łańcucha dostaw oraz nowe modele konsumpcji. Zmiany te wpływają na wymagania wobec pracowników i powodują pojawianie się nowych stanowisk pracy lub znaczące przekształcanie stanowisk już istniejących.

W diagnozie wejściowej 2025 wskazano, że tradycyjne stanowiska związane z projektowaniem, konstrukcją, technologią, szyciem, kontrolą jakości i sprzedażą nadal pozostają istotne dla branży mody. Jednocześnie rośnie zapotrzebowanie na role łączące kompetencje zawodowe z kompetencjami cyfrowymi, analitycznymi, środowiskowymi, organizacyjnymi i komunikacyjnymi. Właśnie te obszary stanowią punkt wyjścia do zaproponowania nowych innowacyjnych stanowisk pracy.

Celem niniejszego dokumentu jest przedstawienie propozycji opisów nowych innowacyjnych stanowisk pracy istotnych dla rynku branży mody, ze szczególnym uwzględnieniem wykazu nowych stanowisk zakupionych i rozwijanych w ramach działań IBCM. Opracowanie ma charakter praktyczny i może być wykorzystywane do planowania oferty szkoleniowej, opracowywania programów kursów, aktualizacji treści kształcenia, przygotowywania efektów uczenia się, współpracy z pracodawcami oraz rozwijania działań edukacyjnych odpowiadających na potrzeby rynku pracy.

W dokumencie przyjęto, że nowe innowacyjne stanowiska pracy powinny odpowiadać na rzeczywiste procesy zachodzące w branży mody, a jednocześnie wspierać rozwój kompetencji przyszłości. Dlatego w opisach stanowisk uwzględniono nie tylko zadania zawodowe i wymagane kwalifikacje, ale również kompetencje cyfrowe, kompetencje społeczne, kompetencje związane ze zrównoważonym rozwojem oraz znaczenie danego stanowiska dla rynku pracy i działań IBCM w Sosnowcu

2. Cel i zakres wyjścia z diagnozy wejściowej 2025

2.1. Cel opracowania

Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie wyjścia z diagnozy wejściowej przeprowadzonej w 2025 r., ukierunkowanej na rozpoznanie wymagań stanowisk pracy u pracodawców zatrudniających w branży mody. Wyjście z diagnozy oznacza przełożenie wyników wcześniejszej analizy na konkretne propozycje nowych, innowacyjnych stanowisk pracy istotnych dla rynku oraz możliwych do rozwijania w ramach działań Innowacyjnego Branżowego Centrum Mody w Sosnowcu.

Diagnoza wejściowa 2025 pozwoliła rozpoznać istniejące opisy stanowisk pracy, aktualne wymagania pracodawców, zakres kompetencji oczekiwanych od kandydatów oraz kierunki zmian zachodzących w branży mody. Niniejsze opracowanie stanowi kolejny etap tego procesu. Jego zadaniem jest wskazanie, jakie nowe stanowiska pracy mogą odpowiadać na potrzeby rynku w I półroczu 2026 r. oraz jakie wymagania kompetencyjne powinny być przypisane do tych stanowisk.

Głównym celem dokumentu jest przygotowanie propozycji opisów nowych innowacyjnych stanowisk pracy istotnych dla rynku branży mody, ze szczególnym uwzględnieniem wykazu nowych stanowisk zakupionych i rozwijanych w ramach działań IBCM. Opisy te mają stanowić materiał pomocniczy do planowania szkoleń, projektowania kursów branżowych, aktualizacji treści kształcenia, opracowywania efektów uczenia się oraz prowadzenia współpracy z pracodawcami.

Opracowanie ma charakter praktyczny i wdrożeniowy. Nie ogranicza się do ogólnego opisu trendów, lecz wskazuje konkretne role zawodowe, ich znaczenie dla rynku, przykładowe zadania, wymagane kompetencje oraz potencjalne wykorzystanie w działaniach edukacyjnych i szkoleniowych IBCM w Sosnowcu.

2.2. Zakres czasowy opracowania

Zakres niniejszego opracowania obejmuje I półroczu 2026 r. Oznacza to, że propozycje nowych stanowisk pracy zostały przygotowane jako odpowiedź na kierunki zmian zidentyfikowane w diagnozie wejściowej 2025 oraz na potrzeby rozwojowe branży mody przewidywane i obserwowane na początku 2026 r.

Przyjęcie takiego zakresu czasowego pozwala potraktować dokument jako pomost pomiędzy diagnozą stanu obecnego a działaniami wdrożeniowymi planowanymi w kolejnym etapie. Diagnoza wejściowa 2025 dostarczyła informacji o istniejących stanowiskach, wymaganiach i lukach kompetencyjnych, natomiast wyjście z diagnozy wskazuje, jakie nowe lub przekształcające się stanowiska powinny zostać uwzględnione w działaniach IBCM w Sosnowcu w I półroczu 2026 r.

Zakres czasowy dokumentu jest istotny również dlatego, że branża mody zmienia się dynamicznie. Wymagania wobec pracowników mogą ulegać zmianom pod wpływem nowych technologii, cyfryzacji procesów, rozwoju sprzedaży internetowej, automatyzacji, zmian konsumenckich, regulacji środowiskowych oraz rosnącej potrzeby wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju. Dlatego propozycje stanowisk zawarte w niniejszym opracowaniu

powinny być traktowane jako punkt wyjścia do dalszej aktualizacji i weryfikacji w kolejnych okresach.

2.3. Zakres merytoryczny opracowania

Zakres merytoryczny opracowania obejmuje przygotowanie propozycji nowych innowacyjnych stanowisk pracy istotnych dla rynku branży mody. Przez nowe innowacyjne stanowiska pracy rozumie się zarówno całkowicie nowe role zawodowe, jak i stanowiska powstające w wyniku przekształcania tradycyjnych funkcji pod wpływem cyfryzacji, zrównoważonego rozwoju, zmian organizacyjnych oraz nowych modeli sprzedaży i komunikacji z klientem.

W opracowaniu uwzględniono stanowiska związane w szczególności z następującymi obszarami:

1. cyfrowym projektowaniem mody;
2. projektowaniem 3D i wirtualną prezentacją produktu;
3. e-commerce i sprzedażą internetową w branży mody;
4. zarządzaniem danymi produktowymi;
5. zrównoważoną modą i gospodarką cyrkularną;
6. recyklingiem, upcyklingiem, naprawą i ponownym wykorzystaniem odzieży;
7. transparentnością łańcucha dostaw;
8. kontrolą jakości i zgodnością produktu;
9. innowacyjnymi materiałami;
10. doświadczeniem klienta i visual merchandisingiem;
11. komunikacją odpowiedzialnej marki modowej;
12. wdrażaniem nowych technologii w procesach projektowych, produkcyjnych i sprzedażowych.

Zakres dokumentu obejmuje nie tylko wykaz proponowanych stanowisk, ale także ich opisy. Każde stanowisko powinno zostać przedstawione z uwzględnieniem charakterystyki roli, głównych zadań zawodowych, wymaganych kwalifikacji, kompetencji zawodowych, kompetencji cyfrowych, kompetencji miękkich, kompetencji związanych ze zrównoważonym rozwojem oraz znaczenia dla rynku pracy i działań IBCM w Sosnowcu

2.4. Powiązanie z diagnozą wejściową 2025

Niniejsze opracowanie jest bezpośrednio powiązane z diagnozą wejściową 2025. Diagnoza ta obejmowała identyfikację istniejących opisów stanowisk pracy branży mody, analizę ofert pracy z portali rekrutacyjnych, przegląd opisów dostępnych w ramach projektów i działań oraz rozpoznanie wymagań pracodawców zatrudniających w branży mody.

Wyniki diagnozy wejściowej wskazały, że w branży mody nadal istotne pozostają stanowiska tradycyjne, takie jak projektant mody, konstruktor odzieży, technolog odzieży, krawiec, operator maszyn szwalniczych, kontroler jakości czy specjalista ds. sprzedaży. Jednocześnie zauważalny jest rozwój nowych ról zawodowych, które odpowiadają na zmiany technologiczne, cyfrowe, środowiskowe i organizacyjne.

Wyjście z diagnozy wejściowej polega więc na przejściu od rozpoznania istniejących stanowisk i wymagań do zaproponowania nowych stanowisk, które mogą stać się istotne dla rynku pracy w branży mody. Dokument ten wykorzystuje ustalenia diagnozy jako podstawę do określenia kierunków rozwoju kompetencji i przygotowania opisów nowych ról zawodowych.

2.5. Powiązanie z działaniami IBCM w Sosnowcu

Innowacyjne Branżowe Centrum Mody w Sosnowcu może pełnić kluczową rolę w rozwijaniu nowych innowacyjnych stanowisk pracy w branży mody. Wynika to z jego funkcji jako podmiotu wspierającego współpracę edukacji z pracodawcami, rozwój kwalifikacji, doskonalenie zawodowe, upowszechnianie nowych technologii oraz dostosowywanie kształcenia do potrzeb rynku pracy.

Propozycje stanowisk przedstawione w niniejszym dokumencie odnoszą się do wykazu nowych stanowisk zakupionych i rozwijanych w ramach działań IBCM w Sosnowcu. Oznacza to, że nie są one wyłącznie teoretycznymi opisami, lecz mogą stanowić podstawę do przygotowania konkretnych działań edukacyjnych, szkoleniowych i wdrożeniowych.

W szczególności opisy nowych stanowisk mogą być wykorzystane przez IBCM w Sosnowcu do:

1. opracowania programów kursów i szkoleń;
2. przygotowania efektów uczenia się;
3. projektowania ścieżek rozwoju kompetencji;
4. tworzenia materiałów edukacyjnych;
5. prowadzenia doradztwa zawodowego;
6. konsultowania potrzeb rynku z pracodawcami;
7. organizowania warsztatów, seminariów i zajęć praktycznych;
8. wspierania szkół i uczelni w aktualizacji treści kształcenia;
9. rozwijania kwalifikacji odpowiadających na potrzeby branży;
10. monitorowania zmian zachodzących na stanowiskach pracy w sektorze mody.

2.6. Zakładane rezultaty opracowania

Rezultatem niniejszego opracowania jest propozycja opisów nowych innowacyjnych stanowisk pracy istotnych dla rynku branży mody. Opisy te mają pomóc w lepszym

zrozumieniu zmian zachodzących w branży oraz wskazać, jakie kompetencje powinny być rozwijane w I półroczu 2026 r. i w kolejnych działaniach IBCM w Sosnowcu.

Zakładane rezultaty obejmują:

1. wskazanie nowych i rozwijających się stanowisk pracy w branży mody;
2. opisanie ich znaczenia dla rynku pracy;
3. określenie głównych zadań zawodowych przypisanych do tych stanowisk;
4. wskazanie wymaganych kwalifikacji i doświadczenia;
5. określenie wymaganych kompetencji zawodowych i technicznych;
6. wskazanie kompetencji cyfrowych;
7. określenie kompetencji miękkich i organizacyjnych;
8. uwzględnienie kompetencji związanych ze zrównoważonym rozwojem;
9. wskazanie możliwości wykorzystania opisów stanowisk w działaniach BCU Moda Sosnowiec;
10. przygotowanie podstaw do dalszych konsultacji z pracodawcami i aktualizacji oferty edukacyjno-szkoleniowej.

Opracowanie ma wspierać przejście od diagnozy do działania. Jego wartość polega na tym, że wyniki diagnozy wejściowej 2025 zostają wykorzystane do przygotowania praktycznych propozycji, które mogą zostać zastosowane w planowaniu rozwoju kompetencji, projektowaniu szkoleń i wzmacnianiu współpracy pomiędzy IBCM w Sosnowcu, szkołami, uczelniami i pracodawcami.

3. Kryteria wyboru nowych innowacyjnych stanowisk pracy

3.1. Znaczenie kryteriów wyboru stanowisk

Przygotowanie propozycji nowych innowacyjnych stanowisk pracy wymagało określenia kryteriów, które pozwalają odróżnić stanowiska tradycyjne od stanowisk nowych, rozwijających się lub istotnie przekształcających się pod wpływem zmian zachodzących w branży mody. Kryteria te są szczególnie ważne, ponieważ branża mody obejmuje zarówno zawody o ugruntowanej pozycji, jak i nowe role zawodowe powstające na styku projektowania, technologii, sprzedaży, danych, zrównoważonego rozwoju i komunikacji z klientem.

W niniejszym opracowaniu za nowe innowacyjne stanowiska pracy uznano takie role zawodowe, które odpowiadają na aktualne i przewidywane potrzeby rynku, wynikające z diagnozy wejściowej 2025 oraz z kierunków rozwoju branży mody obserwowanych w I półroczu 2026 r. Nie zawsze oznacza to powstanie całkowicie nowego zawodu. W wielu przypadkach chodzi o przekształcenie istniejących stanowisk, rozszerzenie ich zakresu zadań lub wyodrębnienie nowych specjalizacji w ramach znanych już obszarów pracy.

Przyjęte kryteria wyboru stanowisk mają charakter praktyczny. Ich celem jest wskazanie takich ról, które mogą być rozwijane w ramach działań Innowacyjnego Branżowego Centrum Mody w Sosnowcu, konsultowane z pracodawcami oraz wykorzystywane przy tworzeniu programów szkoleń, kursów, efektów uczenia się i ścieżek rozwoju kompetencji.

3.2. Kryterium powiązania ze zmianami technologicznymi

Pierwszym kryterium wyboru nowych innowacyjnych stanowisk pracy było powiązanie danej roli ze zmianami technologicznymi zachodzącymi w branży mody. Dotyczy to przede wszystkim cyfryzacji procesów projektowania, konstrukcji, przygotowania produkcji, prezentacji produktu, sprzedaży i komunikacji z klientem.

Za szczególnie istotne uznano stanowiska, które wymagają korzystania z narzędzi cyfrowych, systemów wspierających projektowanie, platform e-commerce, baz danych produktowych, cyfrowej dokumentacji technicznej, narzędzi analitycznych lub rozwiązań wspomagających zarządzanie produktem.

W tym kryterium mieszczą się m.in. stanowiska związane z:

1. cyfrowym projektowaniem mody;
2. projektowaniem 3D;
3. tworzeniem wirtualnych prototypów;
4. zarządzaniem danymi produktowymi;
5. obsługą platform e-commerce;
6. analizą danych sprzedażowych;
7. cyfrową prezentacją kolekcji;

8. wdrażaniem narzędzi wspierających produkcję i sprzedaż.

Znaczenie tego kryterium wynika z faktu, że kompetencje cyfrowe stają się jednym z kluczowych warunków rozwoju branży mody. Stanowiska, które łączą wiedzę branżową z umiejętnością wykorzystywania technologii, mogą odpowiadać na rosnące potrzeby pracodawców oraz wspierać modernizację procesów w przedsiębiorstwach.

3.3. Kryterium powiązania ze zrównoważonym rozwojem

Drugim kryterium było powiązanie stanowiska ze zrównoważonym rozwojem, gospodarką cyrkularną i odpowiedzialną produkcją. Branża mody coraz silniej doświadcza presji związanej z ograniczaniem negatywnego wpływu na środowisko, racjonalnym wykorzystaniem materiałów, redukcją odpadów, poprawą jakości produktów oraz transparentnością działań.

Za innowacyjne uznano stanowiska, które wspierają:

1. świadomy dobór materiałów;
2. ograniczanie strat produkcyjnych;
3. naprawę, przeróbkę i ponowne wykorzystanie odzieży;
4. recykling i upcykling tekstyliów;
5. gospodarkę cyrkularną;
6. projektowanie trwałych produktów;
7. odpowiedzialną komunikację z klientem;
8. monitorowanie standardów środowiskowych;
9. transparentność łańcucha dostaw;
10. wdrażanie zasad odpowiedzialnej produkcji.

Znaczenie tego kryterium jest szczególnie istotne dla BCU Moda Sosnowiec, ponieważ zrównoważony rozwój może stać się jednym z kluczowych obszarów kształcenia, szkoleń, warsztatów i działań promujących nowoczesne podejście do branży mody.

3.4. Kryterium odpowiedzi na luki kompetencyjne

Trzecim kryterium była odpowiedź na luki kompetencyjne zidentyfikowane w diagnozie wejściowej 2025. W diagnozie wskazano, że pracodawcy oczekują nie tylko kwalifikacji formalnych, ale przede wszystkim praktycznych umiejętności, znajomości realnych procesów pracy, kompetencji cyfrowych, odpowiedzialności, komunikatywności, dokładności i gotowości do uczenia się.

Nowe innowacyjne stanowiska powinny odpowiadać na te luki, czyli wskazywać takie obszary pracy, w których konieczne jest rozwijanie nowych kompetencji u uczniów, studentów, absolwentów, osób dorosłych oraz pracowników branży.

W tym kontekście szczególnego znaczenia nabierają stanowiska wymagające:

1. łączenia wiedzy technicznej z cyfrową;
2. rozumienia procesu powstawania produktu;
3. pracy z dokumentacją i danymi;
4. współpracy między projektowaniem, produkcją i sprzedażą;
5. komunikowania wartości produktu klientowi;
6. stosowania zasad jakości i odpowiedzialnej produkcji;
7. rozumienia wpływu decyzji projektowych i produkcyjnych na środowisko;
8. samodzielnego rozwiązywania problemów;
9. korzystania z nowych narzędzi pracy;
10. uczenia się i adaptacji do zmian.

Stanowiska wybrane do dalszego opisu powinny zatem wskazywać kierunki rozwoju kompetencji, które mogą być rozwijane przez IBCM Sosnowiec w formie kursów, szkoleń, warsztatów, doradztwa i współpracy z pracodawcami.

3.5. Kryterium znaczenia dla rynku pracy

Czwartym kryterium było znaczenie stanowiska dla rynku pracy. Za istotne uznano te role, które mogą odpowiadać na rzeczywiste lub przewidywane potrzeby pracodawców, wspierać rozwój przedsiębiorstw branży mody oraz zwiększać zatrudnialność osób przygotowywanych do pracy w tym sektorze.

Stanowisko uznano za istotne dla rynku, jeżeli spełniało co najmniej jeden z następujących warunków:

1. odpowiada na rosnące znaczenie cyfryzacji w branży mody;
2. wspiera rozwój sprzedaży internetowej i nowych kanałów dystrybucji;
3. odpowiada na wymagania związane ze zrównoważonym rozwojem;
4. łączy kompetencje kilku tradycyjnych stanowisk;
5. umożliwia przedsiębiorstwom poprawę jakości, efektywności lub organizacji pracy;
6. wspiera komunikację z klientem i budowanie wartości marki;
7. odpowiada na potrzeby firm w zakresie danych produktowych, dokumentacji i zarządzania asortymentem;
8. może być rozwijane w małych, średnich i dużych przedsiębiorstwach;
9. wpisuje się w kierunki rozwoju branży mody w Polsce i Europie;
10. może stanowić podstawę do tworzenia nowych programów szkoleń i kwalifikacji.

Znaczenie dla rynku pracy nie oznacza wyłącznie dużej liczby ofert zatrudnienia w danym momencie. W przypadku nowych innowacyjnych stanowisk ważna jest również ich funkcja rozwojowa, czyli zdolność do odpowiadania na przyszłe potrzeby branży i wspierania transformacji przedsiębiorstw.

3.6. Kryterium możliwości wdrożenia w działaniach IBCM w Sosnowcu

Piątym kryterium była możliwość praktycznego wykorzystania proponowanego stanowiska w działaniach Innowacyjnego Branżowego Centrum Mody w Sosnowcu. Oznacza to, że wybrane stanowiska powinny być możliwe do opisania, przełożenia na efekty uczenia się, wykorzystania w szkoleniach oraz konsultowania z pracodawcami.

Za szczególnie istotne uznano stanowiska, które mogą stanowić podstawę do:

1. opracowania nowych kursów i szkoleń;
2. przygotowania programów warsztatów praktycznych;
3. rozwijania kompetencji uczniów, studentów i osób dorosłych;
4. tworzenia ścieżek rozwoju zawodowego;
5. przygotowania materiałów edukacyjnych;
6. budowania oferty doradczej BCU Moda Sosnowiec;
7. współpracy z pracodawcami;
8. aktualizacji treści kształcenia w szkołach i uczelniach;
9. tworzenia kwalifikacji rynkowych lub dodatkowych umiejętności zawodowych;
10. monitorowania nowych potrzeb kompetencyjnych branży.

Kryterium to ma charakter wdrożeniowy. Dzięki niemu wykaz nowych stanowisk nie jest wyłącznie opisem trendów, ale może stać się praktycznym narzędziem planowania działań BCU Moda Sosnowiec.

3.7. Kryterium innowacyjności stanowiska

Szóste kryterium dotyczyło poziomu innowacyjności stanowiska. Innowacyjność rozumiano szeroko — nie tylko jako wykorzystanie zaawansowanych technologii, ale również jako nowe połączenie kompetencji, nowe zadania zawodowe, nowe modele pracy albo nowe podejście do wartości produktu, klienta i środowiska.

Stanowisko uznano za innowacyjne, jeżeli:

1. łączy kompetencje z różnych obszarów branży mody;
2. odpowiada na nowe technologie lub nowe narzędzia pracy;
3. wspiera transformację cyfrową przedsiębiorstw;
4. wspiera transformację środowiskową i gospodarkę cyrkularną;

5. obejmuje zadania, które wcześniej były rozproszone między różnymi stanowiskami;
6. wymaga nowych efektów uczenia się;
7. odpowiada na zmiany zachowań konsumentów;
8. wspiera rozwój nowych modeli sprzedaży i komunikacji;
9. zwiększa efektywność lub jakość procesów;
10. może stać się podstawą do tworzenia nowych programów szkoleniowych.

Tak rozumiana innowacyjność pozwala uwzględnić zarówno stanowiska technologiczne, jak i stanowiska związane z odpowiedzialną produkcją, komunikacją, zarządzaniem produktem, doświadczeniem klienta i cyrkularnością.

3.8. Kryterium powiązania z wykazem nowych stanowisk zakupionych w IBCM w Sosnowcu

Siódmym kryterium było powiązanie proponowanych stanowisk z wykazem nowych stanowisk zakupionych i rozwijanych w ramach działań IBCM w Sosnowcu. Kryterium to jest szczególnie ważne, ponieważ wyjście z diagnozy wejściowej powinno mieć bezpośredni związek z praktycznymi działaniami centrum oraz jego potencjałem organizacyjnym, edukacyjnym i wdrożeniowym.

W niniejszym opracowaniu przyjęto, że propozycje opisów nowych innowacyjnych stanowisk pracy powinny być możliwe do powiązania z obszarami rozwijanymi w IBCM w Sosnowcu. Dotyczy to zwłaszcza stanowisk związanych z nowymi technologiami, cyfrową modą, e-commerce, zrównoważonym rozwojem, gospodarką cyrkularną, innowacyjnymi materiałami, jakością produktu oraz nowymi modelami komunikacji z klientem.

Powiązanie z wykazem stanowisk IBCM Sosnowiec oznacza, że proponowane opisy mogą być wykorzystywane do planowania działań edukacyjnych i szkoleniowych, przygotowywania materiałów dydaktycznych, organizacji warsztatów, konsultacji z pracodawcami oraz rozwoju oferty odpowiadającej na potrzeby rynku pracy.

3.9. Podsumowanie kryteriów wyboru stanowisk

Przy wyborze nowych innowacyjnych stanowisk pracy zastosowano zestaw kryteriów, które pozwalają powiązać diagnozę wejściową 2025 z działaniami planowanymi i rozwijanymi w I półroczu 2026 r. Kryteria te obejmują zarówno potrzeby rynku pracy, jak i możliwości praktycznego wykorzystania wyników przez IBCM.

Najważniejsze kryteria wyboru stanowisk to:

1. powiązanie ze zmianami technologicznymi;
2. powiązanie ze zrównoważonym rozwojem;
3. odpowiedź na luki kompetencyjne;
4. znaczenie dla rynku pracy;
5. możliwość wdrożenia w działaniach IBCM Sosnowiec;

6. poziom innowacyjności;
7. powiązanie z wykazem nowych stanowisk zakupionych i rozwijanych w IBCM Sosnowiec;
8. możliwość przełożenia stanowiska na efekty uczenia się, kursy i szkolenia;
9. potencjał do dalszej konsultacji z pracodawcami;
10. znaczenie dla aktualizacji kształcenia zawodowego, szkolnictwa wyższego i edukacji pozaformalnej.

Zastosowanie powyższych kryteriów pozwala przygotować wykaz nowych innowacyjnych stanowisk pracy, który nie jest przypadkową listą trendów, lecz wynika z diagnozy wejściowej, odpowiada na potrzeby rynku i może zostać wykorzystany w praktycznych działaniach IBCM w Sosnowcu.

4. Wykaz nowych innowacyjnych stanowisk pracy istotnych dla rynku branży mody

4.1. Założenia wykazu stanowisk

Na podstawie diagnozy wejściowej 2025, analizy istniejących opisów stanowisk pracy, przeglądu ofert zatrudnienia oraz identyfikacji kierunków zmian zachodzących w branży mody przygotowano wykaz nowych innowacyjnych stanowisk pracy istotnych dla rynku. Wykaz ten stanowi wyjście z diagnozy wejściowej i obejmuje propozycje stanowisk, które mogą być rozwijane, konsultowane i wdrażane w ramach działań Branżowego Centrum Umiejętności Moda w Sosnowcu w I półroczu 2026 r.

Przedstawione stanowiska nie zawsze oznaczają całkowicie nowe zawody w sensie formalnym. Część z nich stanowi nowe specjalizacje lub rozwinięcia stanowisk już istniejących w branży mody. Ich innowacyjny charakter wynika z połączenia tradycyjnych kompetencji branżowych z nowymi wymaganiami dotyczącymi cyfryzacji, projektowania 3D, e-commerce, danych produktowych, zrównoważonego rozwoju, gospodarki cyrkularnej, transparentności łańcucha dostaw, jakości produktu oraz doświadczenia klienta.

Wykaz stanowisk należy traktować jako propozycję kierunkową i wdrożeniową. Może on stanowić podstawę do dalszych konsultacji z pracodawcami, przygotowania programów szkoleń, opracowania efektów uczenia się, planowania kursów branżowych oraz rozwijania oferty IBCM Sosnowiec.

Przedstawione stanowiska nie stanowią katalogu obecnie dominujących stanowisk pracy w branży mody, lecz propozycję stanowisk o charakterze rozwojowym i innowacyjnym, wynikającą z analizy trendów, kierunków zmian w branży oraz potrzeb zgłaszanych przez respondentów.

4.2. Wykaz proponowanych innowacyjnych stanowisk pracy

Lp.	Proponowane stanowisko	Główny obszar innowacyjności	Znaczenie dla rynku pracy	Możliwe wykorzystanie w BCU Moda Sosnowiec
1	Projektant mody cyfrowej / projektant odzieży 3D	Cyfrowe projektowanie, wizualizacja 3D, wirtualne prototypowanie	Odpowiada na rozwój narzędzi cyfrowych w projektowaniu, skracanie procesu przygotowania kolekcji i ograniczanie liczby fizycznych prototypów.	Kursy z projektowania cyfrowego, wizualizacji produktu, pracy z narzędziami 3D i tworzenia cyfrowej dokumentacji projektowej.
2	Specjalista ds. wirtualnego prototypowania odzieży	Symulacja produktu, cyfrowe testowanie formy, ograniczanie prób fizycznych	Wspiera efektywność projektowania, konstrukcji i przygotowania produkcji. Pozwala ograniczać koszty, czas i zużycie materiałów.	Szkolenia z cyfrowego prototypowania, współpracy projektanta z konstruktorem oraz wykorzystania technologii w

				przygotowaniu produktu.
3	Specjalista ds. e-commerce w branży mody	Sprzedaż internetowa, obsługa platform online, zarządzanie ofertą cyfrową	Odpowiada na rozwój sprzedaży online i potrzebę profesjonalnej obsługi kanałów cyfrowych w firmach mody.	Kursy z obsługi sklepu internetowego, opisów produktowych, podstaw SEO, analizy sprzedaży i komunikacji online.
4	Specjalista ds. danych produktowych w branży mody	Dane produktowe, systemy PIM, dokumentacja cyfrowa, opisy produktów	Wspiera uporządkowane zarządzanie informacją o produkcie, ważne dla e-commerce, sprzedaży, logistyki i komunikacji z klientem.	Szkolenia z zarządzania danymi produktowymi, opisów produktów, pracy z arkuszami, bazami danych i systemami sprzedażowymi.
5	Specjalista ds. zrównoważonej mody	Odpowiedzialna produkcja, materiały, ograniczanie wpływu środowiskowego	Odpowiada na rosnące znaczenie zrównoważonego rozwoju, świadomej konsumpcji i wymagań środowiskowych w branży mody.	Kursy dotyczące zrównoważonej mody, materiałów, trwałości produktu, odpowiedzialnego projektowania i komunikacji środowiskowej.
6	Koordinator ds. gospodarki cyrkularnej w modzie	Cyrkularność, recykling, ponowne wykorzystanie, obieg materiałów	Wspiera przechodzenie od modelu linearnego do modelu obiegu zamkniętego w branży mody.	Warsztaty z gospodarki cyrkularnej, recyklingu tekstyliów, projektowania obiegu produktu i ograniczania odpadów.
7	Specjalista ds. naprawy, przeróbki i upcyklingu odzieży	Naprawa, personalizacja, ponowne wykorzystanie, wydłużanie życia produktu	Odpowiada na potrzebę rozwijania usług naprawczych, przeróbkowych i kreatywnego wykorzystania odzieży używanej.	Praktyczne kursy naprawy odzieży, przeróbek, upcyklingu, personalizacji i pracy z materiałami z odzysku.
8	Specjalista ds. innowacyjnych	Nowe materiały, tekstylia funkcjonalne,	Wspiera rozwój wiedzy o nowych surowcach, materiałach funkcjonalnych,	Szkolenia z materiałoznawstwa, oceny właściwości materiałów, doboru

	materiałów tekstylnych	materiały odpowiedzialne	ekologicznych i technologicznych.	surowców i innowacji tekstylnych.
9	Koordinator ds. transparentności łańcucha dostaw w modzie	Przejrzystość dostaw, odpowiedzialni dostawcy, dokumentacja pochodzenia	Odpowiada na rosnące znaczenie odpowiedzialności, etyki, źródeł pochodzenia materiałów i komunikowania informacji o produkcie.	Kursy z podstaw łańcucha dostaw, dokumentacji, współpracy z dostawcami i komunikowania transparentności produktu.
10	Specjalista ds. zgodności, jakości i bezpieczeństwa produktu mowego	Jakość, zgodność z wymaganiami, standardy produktu, reklamacje	Wspiera ograniczanie wad, reklamacji, strat produkcyjnych i ryzyka wprowadzania produktu na rynek.	Szkolenia z kontroli jakości, oceny produktu, dokumentacji, standardów wykonania i analizy niezgodności.
11	Specjalista ds. visual merchandisingu i doświadczenia klienta	Ekspozycja, doświadczenie zakupowe, omnichannel, prezentacja produktu	Odpowiada na potrzebę łączenia sprzedaży stacjonarnej, internetowej, komunikacji marki i doświadczeń klienta.	Kursy z visual merchandisingu, ekspozycji produktu, obsługi klienta, storytellingu sprzedażowego i analizy zachowań konsumenta.
12	Specjalista ds. komunikacji odpowiedzialnej marki modowej	Komunikacja marki, storytelling, odpowiedzialna sprzedaż, edukacja klienta	Wspiera budowanie wiarygodnej komunikacji o produkcie, materiałach, jakości, trwałości i odpowiedzialności środowiskowej.	Szkolenia z komunikacji marki, opisu produktu, odpowiedzialnego marketingu, komunikacji z klientem i unikania greenwashingu.
13	Specjalista ds. wykorzystania sztucznej inteligencji w projektowaniu i sprzedaży mody	AI, automatyzacja treści, analiza trendów, wsparcie projektowania i sprzedaży	Odpowiada na rozwój narzędzi AI wspierających analizę trendów, generowanie koncepcji, komunikację produktu i automatyzację wybranych procesów.	Kursy z praktycznego wykorzystania AI w branży mody, tworzenia treści, analizy inspiracji, wsparcia projektowania i obsługi e-commerce.

Źródło: opracowanie na podstawie wyników badania.

Przedstawione stanowiska wskazują główne kierunki zmian zachodzących na rynku pracy w branży mody. Najsilniej reprezentowane są obszary związane z cyfryzacją procesów projektowania i sprzedaży, wykorzystaniem danych, rozwojem e-commerce, zrównoważonym rozwojem oraz gospodarką cyrkularną. Zidentyfikowane stanowiska mogą stanowić punkt odniesienia przy planowaniu oferty edukacyjnej, szkoleniowej i doradczej Innowacyjnego Branżowego Centrum Mody oraz przy monitorowaniu przyszłych zmian zachodzących w środowisku pracy branży mody.

4.3. Charakterystyka proponowanego wykazu

Przedstawiony wykaz obejmuje stanowiska, które można podzielić na kilka głównych grup.

Pierwszą grupę stanowią stanowiska związane z cyfryzacją projektowania i przygotowania produktu. Należą do nich projektant mody cyfrowej, projektant odzieży 3D oraz specjalista ds. wirtualnego prototypowania odzieży. Stanowiska te odpowiadają na potrzebę skracania procesu projektowego, ograniczania kosztów prototypowania, lepszego przygotowania dokumentacji oraz rozwijania cyfrowych narzędzi pracy w branży mody.

Drugą grupę tworzą stanowiska związane z e-commerce, danymi produktowymi i sprzedażą cyfrową. Obejmują one specjalistę ds. e-commerce, specjalistę ds. danych produktowych oraz specjalistę ds. visual merchandisingu i doświadczenia klienta. Ich znaczenie wynika z rosnącej roli sprzedaży internetowej, potrzeby profesjonalnego zarządzania informacją o produkcie oraz łączenia doświadczeń klienta w kanałach stacjonarnych i online.

Trzecią grupę stanowią stanowiska związane ze zrównoważonym rozwojem, gospodarką cyrkularną, naprawą, upcyklingiem i odpowiedzialną komunikacją. Są to role szczególnie ważne w kontekście zmian środowiskowych, oczekiwań konsumentów oraz konieczności ograniczania odpadów i wydłużania cyklu życia produktów modowych.

Czwartą grupę tworzą stanowiska związane z jakością, zgodnością, bezpieczeństwem produktu, transparentnością łańcucha dostaw oraz innowacyjnymi materiałami. Ich znaczenie wynika z potrzeby podnoszenia jakości produktów, ograniczania reklamacji, monitorowania pochodzenia materiałów oraz rozwijania wiedzy o nowych surowcach i rozwiązaniach tekstylnych.

Piątą grupę stanowią stanowiska związane z wykorzystaniem nowych technologii, w tym sztucznej inteligencji. W branży mody narzędzia AI mogą wspierać analizę trendów, generowanie inspiracji projektowych, przygotowywanie opisów produktów, automatyzację komunikacji, analizę sprzedaży i planowanie działań marketingowych. Z tego względu kompetencje związane z odpowiedzialnym i praktycznym wykorzystaniem AI mogą stać się ważnym elementem rozwoju nowych ról zawodowych.

4.4. Znaczenie wykazu dla rynku pracy

Wykaz proponowanych stanowisk pracy wskazuje na rosnące znaczenie specjalizacji, cyfryzacji oraz interdyscyplinarnego charakteru kompetencji wymaganych w branży mody. Pracodawcy coraz częściej potrzebują osób, które potrafią łączyć wiedzę o modzie, produkcji,

materiale i kliencie z kompetencjami cyfrowymi, analitycznymi, środowiskowymi i komunikacyjnymi.

Znaczenie proponowanych stanowisk dla rynku pracy można ująć w kilku wymiarach:

1. **wymiar technologiczny** — stanowiska odpowiadają na rozwój narzędzi cyfrowych, projektowania 3D, e-commerce, danych produktowych i sztucznej inteligencji;
2. **wymiar środowiskowy** — stanowiska wspierają gospodarkę cyrkularną, ograniczanie odpadów, naprawę, upcykling, odpowiedzialny dobór materiałów i transparentność;
3. **wymiar organizacyjny** — stanowiska wspierają lepsze zarządzanie produktem, jakością, informacją, procesem i doświadczeniem klienta;
4. **wymiar edukacyjny** — stanowiska mogą być przełożone na programy kursów, szkolenia, efekty uczenia się i ścieżki rozwoju kompetencji;
5. **wymiar wdrożeniowy** — stanowiska mogą być rozwijane w ramach działań BCU Moda Sosnowiec we współpracy z pracodawcami, szkołami i uczelniami.

Wprowadzenie takich stanowisk do analiz, opisów kompetencyjnych i działań szkoleniowych może pomóc lepiej przygotować kadry do pracy w branży mody, zwiększyć elastyczność pracowników oraz wesprzeć przedsiębiorstwa w procesach modernizacji.

4.5. Znaczenie wykazu dla IBCM Sosnowiec

Dla Branżowego Centrum Umiejętności Moda w Sosnowcu wykaz nowych innowacyjnych stanowisk pracy może pełnić funkcję praktycznego narzędzia planowania działań edukacyjnych i szkoleniowych. Pozwala on wskazać, jakie obszary kompetencyjne powinny być rozwijane w pierwszej kolejności oraz jakie tematy mogą stać się podstawą kursów, warsztatów, seminariów, materiałów edukacyjnych i konsultacji z pracodawcami.

W szczególności wykaz może być wykorzystany do:

1. opracowania programów nowych szkoleń;
2. przygotowania kart opisów stanowisk pracy;
3. tworzenia efektów uczenia się;
4. planowania warsztatów praktycznych;
5. konsultowania potrzeb kompetencyjnych z pracodawcami;
6. wspierania szkół i uczelni w aktualizacji programów kształcenia;
7. rozwijania doradztwa zawodowego dla uczniów, studentów i osób dorosłych;
8. przygotowania rekomendacji dla nowych kwalifikacji lub dodatkowych umiejętności zawodowych;
9. budowania specjalistycznej oferty BCU Moda Sosnowiec;
10. monitorowania zmian zachodzących na rynku pracy w branży mody.

Z tego względu przedstawiony wykaz należy traktować jako punkt wyjścia do dalszego opracowania szczegółowych opisów stanowisk, które zostaną przedstawione w kolejnej części dokumentu.

4.6. Podsumowanie wykazu stanowisk

Przedstawione propozycje nowych innowacyjnych stanowisk pracy wskazują na najważniejsze kierunki zmian zachodzących w branży mody w I półroczu 2026 r. Zmiany te dotyczą przede wszystkim cyfryzacji, e-commerce, danych produktowych, zrównoważonego rozwoju, gospodarki cyrkularnej, jakości, transparentności oraz nowych sposobów komunikacji z klientem.

Wykaz stanowisk stanowi wyjście z diagnozy wejściowej 2025, ponieważ przekłada zidentyfikowane potrzeby i luki kompetencyjne na konkretne propozycje ról zawodowych. Stanowiska te mogą być rozwijane i doprecyzowywane w ramach działań IBCM Sosnowiec, a także konsultowane z pracodawcami i wykorzystywane przy projektowaniu oferty edukacyjnej oraz szkoleniowej.

W kolejnym rozdziale przedstawiono szczegółowe propozycje opisów nowych innowacyjnych stanowisk pracy, obejmujące charakterystykę stanowiska, główne zadania zawodowe, wymagane kompetencje oraz znaczenie dla rynku pracy i BCU Moda Sosnowiec.

5. Propozycje opisów nowych innowacyjnych stanowisk pracy

5.1. Założenia opisów stanowisk

Propozycje opisów nowych innowacyjnych stanowisk pracy zostały przygotowane jako wyjście z diagnozy wejściowej 2025, z uwzględnieniem zakresu obejmującego I półrocze 2026 r. Opisy odnoszą się do stanowisk istotnych dla rynku branży mody oraz możliwych do rozwijania w ramach działań Branżowego Centrum Umiejętności Moda w Sosnowcu.

Każde stanowisko opisano według jednolitego schematu, obejmującego:

1. charakterystykę stanowiska;
2. główne zadania zawodowe;
3. wymagane kwalifikacje i doświadczenie;
4. umiejętności zawodowe i techniczne;
5. kompetencje cyfrowe;
6. kompetencje miękkie i społeczne;
7. kompetencje związane ze zrównoważonym rozwojem;
8. znaczenie stanowiska dla rynku pracy;
9. znaczenie stanowiska dla BCU Moda Sosnowiec.

Przedstawione opisy mają charakter modelowy. Oznacza to, że nie są zamkniętym katalogiem obowiązków dla każdego pracodawcy, lecz propozycją uporządkowania wymagań kompetencyjnych dla nowych lub rozwijających się ról zawodowych. W praktyce zakres zadań może różnić się w zależności od wielkości przedsiębiorstwa, profilu działalności, poziomu cyfryzacji, organizacji produkcji, modelu sprzedaży oraz przyjętej strategii rozwoju.

Opisy mogą być wykorzystywane przy projektowaniu szkoleń, opracowywaniu efektów uczenia się, przygotowywaniu kursów branżowych, prowadzeniu doradztwa zawodowego, konsultowaniu programów kształcenia z pracodawcami oraz rozwijaniu oferty BCU Moda Sosnowiec.

5.2. Projektant mody cyfrowej, projektant odzieży 3D

Charakterystyka stanowiska

Projektant mody cyfrowej, określany również jako projektant odzieży 3D, to stanowisko związane z wykorzystywaniem narzędzi cyfrowych do projektowania, wizualizacji i prezentacji produktów modowych. Rola ta łączy kompetencje projektowe, znajomość konstrukcji odzieży, wyczucie estetyki, wiedzę o materiałach oraz umiejętność pracy z oprogramowaniem umożliwiającym tworzenie cyfrowych modeli, symulacji i prototypów.

Stanowisko to odpowiada na potrzebę skracania procesu projektowego, ograniczania liczby fizycznych prototypów, usprawniania komunikacji pomiędzy projektowaniem, konstrukcją

i produkcją oraz zwiększania efektywności przygotowania kolekcji. Projektant mody cyfrowej może pracować w firmach odzieżowych, pracowniach projektowych, działach przygotowania produktu, agencjach kreatywnych, markach e-commerce oraz podmiotach rozwijających cyfrową prezentację kolekcji.

Główne zadania zawodowe

Do głównych zadań zawodowych na tym stanowisku należą:

1. przygotowywanie cyfrowych projektów odzieży;
2. tworzenie wizualizacji produktów modowych w środowisku cyfrowym;
3. opracowywanie koncepcji kolekcji z wykorzystaniem narzędzi 2D i 3D;
4. przygotowywanie cyfrowych moodboardów, zestawień kolorystycznych i materiałowych;
5. współpraca z konstruktorem odzieży i technologiemi;
6. udział w tworzeniu wirtualnych prototypów;
7. testowanie wariantów fasonów, kolorów, materiałów i detali w środowisku cyfrowym;
8. przygotowywanie materiałów prezentacyjnych dla zespołów sprzedaży, marketingu i e-commerce;
9. wspieranie procesu ograniczania liczby fizycznych próbek;
10. aktualizowanie dokumentacji projektowej w formie cyfrowej.

Wymagane kwalifikacje i doświadczenie

Na stanowisku projektanta mody cyfrowej przydatne jest wykształcenie związane z projektowaniem mody, wzornictwem, grafiką, technologią odzieży, konstrukcją odzieży lub pokrewnymi obszarami. Ważne jest portfolio prezentujące umiejętności projektowe oraz podstawowa znajomość procesu powstawania produktu modowego.

Pracodawcy mogą oczekiwać doświadczenia w projektowaniu odzieży, pracy z dokumentacją projektową, znajomości materiałów oraz umiejętności korzystania z narzędzi cyfrowych. Na stanowiskach juniorskich istotna będzie gotowość do uczenia się i rozwijania kompetencji technologicznych.

Umiejętności zawodowe i techniczne

Kluczowe umiejętności obejmują:

1. projektowanie odzieży i dodatków;
2. znajomość zasad kompozycji, koloru, proporcji i sylwetki;
3. podstawową znajomość konstrukcji odzieży;
4. rozumienie właściwości tkanin, dzianin i dodatków;

5. przygotowywanie dokumentacji projektowej;
6. tworzenie cyfrowych wizualizacji produktu;
7. analizę trendów modowych i konsumenckich;
8. ocenę wykonalności projektu;
9. współpracę z zespołem konstrukcyjnym, technologicznym i sprzedażowym;
10. dostosowywanie projektu do możliwości produkcyjnych i kosztowych.

Kompetencje cyfrowe

Na tym stanowisku kompetencje cyfrowe są kluczowe. Obejmują umiejętność pracy z programami graficznymi, narzędziami do projektowania odzieży, aplikacjami do wizualizacji 3D, cyfrowymi bibliotekami materiałów, systemami dokumentacji projektowej oraz narzędziami do prezentacji kolekcji.

Szczególne znaczenie ma gotowość do uczenia się nowych programów i technologii, ponieważ narzędzia cyfrowe w branży mody szybko się rozwijają. Projektant mody cyfrowej powinien umieć przygotować pliki, wizualizacje i prezentacje w sposób zrozumiały dla innych członków zespołu.

Kompetencje miękkie i społeczne

Najważniejsze kompetencje miękkie to kreatywność, komunikatywność, otwartość na informację zwrotną, umiejętność pracy zespołowej, samodzielność, terminowość, dokładność i elastyczność. Projektant mody cyfrowej musi potrafić łączyć myślenie twórcze z technicznym i biznesowym rozumieniem produktu.

Kompetencje związane ze zrównoważonym rozwojem

Projektowanie cyfrowe może wspierać zrównoważony rozwój poprzez ograniczanie liczby fizycznych prototypów, zmniejszanie zużycia materiałów, testowanie wariantów produktu bez konieczności każdorazowego szycia prób oraz lepsze planowanie kolekcji. Projektant mody cyfrowej powinien rozumieć znaczenie trwałości produktu, racjonalnego doboru materiałów i ograniczania nadprodukcji.

Znaczenie stanowiska dla rynku pracy

Stanowisko projektanta mody cyfrowej odpowiada na rosnące znaczenie cyfryzacji w branży mody. Może wspierać przedsiębiorstwa w skracaniu procesu projektowego, ograniczaniu kosztów, poprawie komunikacji między działami oraz tworzeniu nowoczesnej prezentacji produktu. Jest to stanowisko szczególnie istotne dla firm rozwijających e-commerce, projektowanie 3D i cyfrową komunikację kolekcji.

Znaczenie stanowiska dla BCU Moda Sosnowiec

BCU Moda Sosnowiec może rozwijać szkolenia dotyczące projektowania cyfrowego, wizualizacji odzieży, pracy z narzędziami 3D, cyfrowych moodboardów, dokumentacji projektowej oraz zrównoważonego projektowania z wykorzystaniem technologii cyfrowych.

5.3. Specjalista ds. wirtualnego prototypowania odzieży

Charakterystyka stanowiska

Specjalista ds. wirtualnego prototypowania odzieży odpowiada za tworzenie i analizę cyfrowych prototypów produktów modowych. Stanowisko to znajduje się na styku projektowania, konstrukcji, technologii i przygotowania produkcji. Jego celem jest sprawdzenie wyglądu, proporcji, dopasowania i wykonalności produktu w środowisku cyfrowym, zanim zostanie wykonany fizyczny prototyp.

Rola ta wspiera ograniczanie kosztów i czasu przygotowania kolekcji, zmniejszanie liczby prób fizycznych oraz lepszą komunikację pomiędzy projektantem, konstruktorem, technologiem i działem produkcji. Stanowisko może występować w większych przedsiębiorstwach odzieżowych, pracowniach projektowych, działach przygotowania produkcji oraz firmach rozwijających cyfrowe procesy tworzenia produktu.

Główne zadania zawodowe

Do głównych zadań należą:

1. przygotowywanie wirtualnych prototypów odzieży;
2. współpraca z projektantem przy odwzorowaniu koncepcji produktu;
3. współpraca z konstruktorem przy przenoszeniu form do środowiska cyfrowego;
4. testowanie wariantów fasonów, materiałów i detali;
5. analiza dopasowania, proporcji i układu produktu;
6. zgłaszanie uwag dotyczących możliwych problemów konstrukcyjnych lub technologicznych;
7. przygotowywanie wizualizacji do konsultacji z zespołem;
8. dokumentowanie zmian i korekt;
9. wspieranie procesu ograniczania liczby fizycznych prototypów;
10. udział w przygotowaniu produktu do wdrożenia.

Wymagane kwalifikacje i doświadczenie

Przydatne jest przygotowanie z zakresu konstrukcji odzieży, technologii odzieży, projektowania mody, grafiki komputerowej lub cyfrowego projektowania produktu. Szczególnie ważne jest rozumienie zależności pomiędzy projektem, konstrukcją, materiałem i technologią wykonania.

Na stanowisku tym istotne jest doświadczenie w pracy z dokumentacją techniczną, formami odzieżowymi, tabelami wymiarów oraz narzędziami cyfrowymi. W przypadku osób początkujących ważna jest gotowość do intensywnego rozwijania kompetencji technologicznych.

Umiejętności zawodowe i techniczne

Kluczowe umiejętności obejmują:

1. rozumienie konstrukcji odzieży;
2. analizę form i szablonów;
3. ocenę proporcji i dopasowania produktu;
4. znajomość właściwości materiałów;
5. interpretację dokumentacji technicznej;
6. przygotowywanie wizualizacji prototypu;
7. nanoszenie korekt w środowisku cyfrowym;
8. współpracę z projektantem, konstruktorem i technologiem;
9. analizę wykonalności produktu;
10. porównywanie wariantów konstrukcyjnych i materiałowych.

Kompetencje cyfrowe

Kompetencje cyfrowe obejmują obsługę narzędzi do wirtualnego prototypowania, programów 3D, cyfrowej dokumentacji, bibliotek materiałów, arkuszy kalkulacyjnych oraz systemów umożliwiających współpracę zespołową. Szczególne znaczenie ma umiejętność pracy na plikach projektowych i konstrukcyjnych oraz przekładania danych technicznych na wizualny model produktu.

Kompetencje miękkie i społeczne

Na stanowisku specjalisty ds. wirtualnego prototypowania ważne są dokładność, analityczne myślenie, komunikatywność, cierpliwość, dobra organizacja pracy, otwartość na korekty i umiejętność współpracy z osobami reprezentującymi różne działy. Osoba na tym stanowisku musi potrafić komunikować uwagi techniczne w sposób zrozumiały dla projektanta i produkcji.

Kompetencje związane ze zrównoważonym rozwojem

Wirtualne prototypowanie wspiera ograniczanie odpadów i zmniejszanie zużycia materiałów, ponieważ część testów produktu może być wykonana cyfrowo. Specjalista powinien rozumieć, że cyfrowe prototypowanie może ograniczyć liczbę prób fizycznych, zmniejszyć koszty i wspierać bardziej odpowiedzialne przygotowanie produktu.

Znaczenie stanowiska dla rynku pracy

Stanowisko to odpowiada na potrzebę modernizacji procesu projektowania i przygotowania produkcji. Jest istotne dla firm, które chcą skracać czas wdrażania produktów, ograniczać błędy, zmniejszać liczbę prototypów i efektywniej współpracować między działami. Może być szczególnie ważne w przedsiębiorstwach rozwijających cyfrowe narzędzia projektowe i produkcyjne.

Znaczenie stanowiska dla BCU Moda Sosnowiec

BCU Moda Sosnowiec może rozwijać szkolenia z zakresu wirtualnego prototypowania, cyfrowej analizy produktu, współpracy projektanta z konstruktorem, wykorzystania narzędzi 3D oraz ograniczania strat materiałowych poprzez cyfrowe przygotowanie produktu.

5.4. Specjalista ds. e-commerce w branży mody

Charakterystyka stanowiska

Specjalista ds. e-commerce w branży mody odpowiada za obsługę, rozwój i optymalizację sprzedaży internetowej produktów modowych. Stanowisko to łączy wiedzę o produkcie, obsłudze klienta, sprzedaży, marketingu internetowym, danych produktowych, logistyce i komunikacji online.

Wraz z rozwojem sprzedaży internetowej rola specjalisty ds. e-commerce staje się coraz ważniejsza dla przedsiębiorstw branży mody. Dotyczy to zarówno dużych marek, jak i małych firm, butików, projektantów niezależnych oraz producentów rozwijających własne kanały sprzedaży online.

Główne zadania zawodowe

Do głównych zadań zawodowych należą:

1. obsługa sklepu internetowego;
2. dodawanie i aktualizacja produktów;
3. przygotowywanie i redagowanie opisów produktowych;
4. kontrola poprawności zdjęć, rozmiarów, cen i wariantów produktu;
5. współpraca z działem marketingu, magazynem i obsługą klienta;
6. monitorowanie dostępności asortymentu;
7. analiza sprzedaży online;
8. wspieranie działań promocyjnych w kanałach cyfrowych;
9. obsługa zamówień lub wsparcie procesu sprzedaży;
10. dbanie o spójność informacji o produkcie w kanałach online.

Wymagane kwalifikacje i doświadczenie

Na tym stanowisku przydatne jest wykształcenie lub doświadczenie związane z marketingiem, sprzedażą, e-commerce, zarządzaniem produktem, branżą mody lub komunikacją. Ważna jest znajomość specyfiki produktów modowych, rozmiarówki, materiałów, sezonowości i zachowań konsumenckich.

Pracodawcy mogą oczekiwać doświadczenia w obsłudze sklepu internetowego, systemów sprzedażowych, platform marketplace, narzędzi analitycznych lub tworzenia treści

produktowych. Dla osób początkujących istotna jest bardzo dobra organizacja pracy, dokładność i gotowość do nauki narzędzi cyfrowych.

Umiejętności zawodowe i techniczne

Kluczowe umiejętności obejmują:

1. obsługę platform e-commerce;
2. przygotowywanie opisów produktów;
3. zarządzanie danymi produktowymi;
4. kontrolę poprawności oferty online;
5. analizę sprzedaży i dostępności asortymentu;
6. podstawy komunikacji marketingowej;
7. współpracę z magazynem, sprzedażą i obsługą klienta;
8. znajomość procesu realizacji zamówień;
9. rozumienie potrzeb klienta internetowego;
10. organizację pracy w środowisku cyfrowym.

Kompetencje cyfrowe

Kompetencje cyfrowe są podstawą pracy na tym stanowisku. Obejmują obsługę panelu sklepu internetowego, arkuszy kalkulacyjnych, systemów CMS, CRM, PIM, narzędzi analitycznych, systemów magazynowych, platform marketplace, narzędzi do wysyłki newsletterów oraz komunikacji online.

Specjalista ds. e-commerce powinien również znać podstawy SEO, analityki internetowej, optymalizacji opisów produktów i prezentacji oferty w środowisku cyfrowym.

Kompetencje miękkie i społeczne

Najważniejsze kompetencje miękkie to dokładność, samodzielność, terminowość, komunikatywność, odpowiedzialność, dobra organizacja pracy, umiejętność analizowania danych, gotowość do uczenia się i odporność na presję czasu. Praca w e-commerce wymaga szybkiego reagowania na zmiany w ofercie, dostępności produktów i zachowaniach klientów.

Kompetencje związane ze zrównoważonym rozwojem

Specjalista ds. e-commerce może wspierać odpowiedzialną sprzedaż poprzez rzetelne opisy produktów, komunikowanie składu materiałowego, zasad pielęgnacji, trwałości, możliwości naprawy i odpowiedzialnego użytkowania odzieży. Ważne jest unikanie nadmiernych obietnic marketingowych oraz przekazywanie klientom jasnych i wiarygodnych informacji.

Znaczenie stanowiska dla rynku pracy

Stanowisko specjalisty ds. e-commerce odpowiada na rozwój sprzedaży internetowej i zmianę sposobu kupowania produktów modowych. Firmy potrzebują osób, które potrafią łączyć wiedzę o produkcie z obsługą narzędzi cyfrowych, analizą danych, komunikacją z klientem i współpracą z logistyką.

Znaczenie stanowiska dla BCU Moda Sosnowiec

BCU Moda Sosnowiec może rozwijać szkolenia z zakresu e-commerce w modzie, obsługi platform sprzedażowych, opisów produktowych, podstaw SEO, analizy sprzedaży, komunikacji online, zarządzania asortymentem i odpowiedzialnej sprzedaży internetowej.

5.5. Specjalista ds. danych produktowych w branży mody

Charakterystyka stanowiska

Specjalista ds. danych produktowych w branży mody odpowiada za porządkowanie, aktualizowanie i zarządzanie informacjami dotyczącymi produktów modowych. Stanowisko to ma szczególne znaczenie w firmach prowadzących sprzedaż internetową, sprzedaż wielokanałową, współpracujących z marketplace'ami lub posiadających rozbudowany asortyment.

Dane produktowe obejmują m.in. nazwy produktów, opisy, zdjęcia, warianty kolorystyczne, rozmiary, skład materiałowy, informacje o pielęgnacji, ceny, stany magazynowe, kategorie, tagi, cechy techniczne, dane logistyczne oraz informacje ważne z perspektywy klienta i sprzedaży.

Główne zadania zawodowe

Do głównych zadań należą:

1. gromadzenie i porządkowanie danych produktowych;
2. aktualizowanie informacji o produktach w systemach cyfrowych;
3. przygotowywanie i uzupełnianie opisów produktów;
4. kontrola poprawności nazw, rozmiarów, kolorów, zdjęć i parametrów;
5. współpraca z działem e-commerce, marketingu, sprzedaży i magazynu;
6. weryfikowanie spójności danych w różnych kanałach sprzedaży;
7. przygotowywanie danych do publikacji w sklepie internetowym lub marketplace;
8. praca z arkuszami kalkulacyjnymi i bazami danych;
9. wspieranie analizy asortymentu;
10. dbanie o jakość informacji przekazywanych klientowi.

Wymagane kwalifikacje i doświadczenie

Na stanowisku tym przydatne jest doświadczenie w e-commerce, administracji sprzedaży, obsłudze systemów cyfrowych, zarządzaniu produktem, marketingu lub branży mody. Ważna

jest znajomość specyfiki produktów modowych, materiałów, rozmiarówki, wariantów kolorystycznych oraz zasad opisywania asortymentu.

Pracodawcy mogą oczekiwać bardzo dobrej organizacji pracy, dokładności, sprawności w pracy z danymi oraz znajomości arkuszy kalkulacyjnych i systemów do zarządzania informacją o produkcie.

Umiejętności zawodowe i techniczne

Kluczowe umiejętności obejmują:

- porządkowanie informacji o produktach;
- przygotowywanie opisów produktowych;
- kontrolę poprawności danych;
- pracę z arkuszami kalkulacyjnymi;
- znajomość struktury danych produktowych;
- rozumienie kategorii, wariantów i cech produktu;
- współpracę z działami sprzedaży, magazynu i marketingu;
- podstawową analizę asortymentu;
- rozumienie potrzeb klienta kupującego online;
- dbanie o spójność informacji w wielu kanałach sprzedaży.

Kompetencje cyfrowe

Kompetencje cyfrowe obejmują obsługę arkuszy kalkulacyjnych, systemów PIM, CMS, ERP, CRM, paneli e-commerce, baz danych, systemów magazynowych i narzędzi do zarządzania treścią. Szczególne znaczenie ma umiejętność dokładnej pracy z dużą liczbą danych oraz zachowanie ich spójności i aktualności.

Kompetencje miękkie i społeczne

Najważniejsze kompetencje to dokładność, systematyczność, cierpliwość, odpowiedzialność, dobra organizacja pracy, komunikatywność, samodzielność i umiejętność współpracy międzydziałowej. Osoba na tym stanowisku musi rozumieć, że jakość danych wpływa na sprzedaż, logistykę, obsługę klienta i wizerunek marki.

Kompetencje związane ze zrównoważonym rozwojem

Specjalista ds. danych produktowych może wspierać zrównoważony rozwój poprzez rzetelne przekazywanie informacji o składzie materiałowym, pochodzeniu produktu, zasadach pielęgnacji, możliwościach naprawy, trwałości oraz odpowiedzialnych cechach produktu. Poprawne dane produktowe pomagają klientom podejmować bardziej świadome decyzje zakupowe.

Znaczenie stanowiska dla rynku pracy

Stanowisko to odpowiada na rosnące znaczenie informacji o produkcie w sprzedaży internetowej i wielokanałowej. Firmy modowe potrzebują osób, które potrafią zarządzać danymi produktowymi, ponieważ błędy w opisach, rozmiarach, kolorach lub stanach magazynowych mogą prowadzić do zwrotów, reklamacji i utraty zaufania klientów.

Znaczenie stanowiska dla BCU Moda Sosnowiec

BCU Moda Sosnowiec może rozwijać szkolenia dotyczące zarządzania danymi produktowymi, tworzenia opisów produktów, pracy z arkuszami kalkulacyjnymi, podstaw PIM, e-commerce, komunikacji informacji o produkcie oraz odpowiedzialnego opisywania cech środowiskowych.

5.6. Specjalista ds. zrównoważonej mody

Charakterystyka stanowiska

Specjalista ds. zrównoważonej mody to stanowisko związane z wdrażaniem zasad odpowiedzialnego projektowania, produkcji, sprzedaży i komunikacji w branży mody. Osoba zatrudniona na tym stanowisku wspiera działania przedsiębiorstwa w zakresie ograniczania negatywnego wpływu na środowisko, racjonalnego wykorzystania materiałów, wydłużania cyklu życia produktów, odpowiedzialnego doboru surowców oraz komunikowania klientom wartości związanych z jakością i trwałością produktu.

Stanowisko to może występować jako samodzielna rola w większych firmach lub jako zakres obowiązków przypisany projektantowi, technologowi, specjalście ds. produktu, jakości, marketingu albo e-commerce. Jego znaczenie rośnie wraz z rozwojem wymagań środowiskowych, zmianą oczekiwań konsumentów oraz potrzebą bardziej odpowiedzialnego funkcjonowania branży mody.

Główne zadania zawodowe

Do głównych zadań zawodowych należą:

- analiza działań firmy pod kątem zrównoważonego rozwoju;
- wspieranie doboru materiałów o korzystniejszych właściwościach środowiskowych;
- współpraca z projektantami, technologami i działem produkcji;
- identyfikowanie możliwości ograniczania strat materiałowych;
- wspieranie projektowania produktów trwałych, naprawialnych i funkcjonalnych;
- przygotowywanie rekomendacji dotyczących odpowiedzialnej produkcji;
- monitorowanie dobrych praktyk w zakresie zrównoważonej mody;
- wspieranie komunikacji z klientem w zakresie cech produktu, trwałości i pielęgnacji;
- udział w działaniach edukacyjnych dotyczących świadomej konsumpcji;
- współpraca przy tworzeniu procedur ograniczających odpady i nadprodukcję.

Wymagane kwalifikacje i doświadczenie

Na stanowisku tym przydatne jest wykształcenie lub doświadczenie związane z branżą mody, tekstyliami, projektowaniem, technologią odzieży, zarządzaniem produktem, ochroną środowiska, jakością albo komunikacją. Szczególnie ważna jest znajomość materiałów, procesów produkcyjnych, cyklu życia produktu oraz podstaw gospodarki cyrkularnej.

Pracodawcy mogą oczekiwać umiejętności analizy informacji, przygotowywania rekomendacji, współpracy międzydziałowej oraz komunikowania zagadnień środowiskowych w sposób zrozumiały i wiarygodny.

Umiejętności zawodowe i techniczne

Kluczowe umiejętności obejmują:

- znajomość podstaw zrównoważonej mody;
- rozumienie właściwości materiałów i ich wpływu na środowisko;
- analizę cyklu życia produktu;
- identyfikowanie możliwości ograniczania odpadów;
- wspieranie odpowiedzialnego doboru surowców;
- współpracę z projektowaniem, technologią, produkcją i sprzedażą;
- przygotowywanie rekomendacji środowiskowych;
- analizę dobrych praktyk branżowych;
- ocenę komunikacji marki w obszarze odpowiedzialności;
- podstawową znajomość standardów i certyfikacji środowiskowej.

Kompetencje cyfrowe

Kompetencje cyfrowe obejmują umiejętność pracy z dokumentacją elektroniczną, arkuszami kalkulacyjnymi, bazami danych materiałów, narzędziami raportowymi, prezentacjami oraz systemami wspierającymi zarządzanie produktem. Specjalista ds. zrównoważonej mody powinien także potrafić wyszukiwać, selekcjonować i analizować informacje dotyczące materiałów, trendów, regulacji oraz dobrych praktyk branżowych.

Kompetencje miękkie i społeczne

Najważniejsze kompetencje miękkie to odpowiedzialność, komunikatywność, analityczne myślenie, umiejętność współpracy międzydziałowej, dokładność, samodzielność, konsekwencja i gotowość do uczenia się. Osoba na tym stanowisku powinna potrafić przekonywać innych do zmian oraz wyjaśniać znaczenie zrównoważonego rozwoju w sposób praktyczny, a nie wyłącznie deklaracyjny.

Kompetencje związane ze zrównoważonym rozwojem

Jest to podstawowy obszar kompetencyjny tego stanowiska. Obejmuje wiedzę o materiałach, odpowiedzialnej produkcji, ograniczaniu strat, trwałości produktu, naprawie, recyklingu,

upcyklingu, gospodarce cyrkularnej, certyfikacji i odpowiedzialnej komunikacji. Szczególne znaczenie ma umiejętność łączenia celów środowiskowych z realiami biznesowymi i technologicznymi przedsiębiorstwa.

Znaczenie stanowiska dla rynku pracy

Stanowisko specjalisty ds. zrównoważonej mody odpowiada na rosnącą potrzebę transformacji środowiskowej branży. Przedsiębiorstwa coraz częściej będą potrzebowały osób, które potrafią wdrażać praktyczne działania ograniczające odpady, poprawiające jakość, wspierające odpowiedzialny dobór materiałów i wzmacniające wiarygodność komunikacji z klientem.

Znaczenie stanowiska dla BCU Moda Sosnowiec

BCU Moda Sosnowiec może rozwijać szkolenia z zakresu zrównoważonej mody, odpowiedzialnego projektowania, materiałów, gospodarki cyrkularnej, ograniczania strat, trwałości produktu, certyfikacji, odpowiedzialnej komunikacji oraz praktycznego wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju w przedsiębiorstwach branży mody.

5.7. Koordynator ds. gospodarki cyrkularnej w modzie

Charakterystyka stanowiska

Koordynator ds. gospodarki cyrkularnej w modzie odpowiada za wspieranie działań związanych z przechodzeniem od tradycyjnego modelu produkcji i konsumpcji do modelu obiegu zamkniętego. Stanowisko to koncentruje się na ograniczaniu odpadów, ponownym wykorzystaniu materiałów, naprawie, recyklingu, upcyklingu, projektowaniu produktów o dłuższym cyklu życia oraz organizowaniu procesów umożliwiających bardziej odpowiedzialne gospodarowanie zasobami.

Rola ta może występować w przedsiębiorstwach produkcyjnych, markach modowych, firmach zajmujących się recyklingiem tekstyliów, organizacjach społecznych, pracowniach upcyklingowych, centrach edukacyjnych oraz podmiotach rozwijających nowe modele biznesowe w branży mody.

Główne zadania zawodowe

Do głównych zadań należą:

- analizowanie możliwości wdrażania zasad gospodarki cyrkularnej w firmie;
- identyfikowanie źródeł odpadów materiałowych;
- planowanie działań ograniczających straty surowców;
- wspieranie procesów naprawy, przeróbki, recyklingu i upcyklingu;
- współpraca z projektantami, technologami i działem produkcji;
- opracowywanie propozycji ponownego wykorzystania materiałów;
- wspieranie projektowania produktów trwałych i łatwiejszych do naprawy;
- współpraca z dostawcami, partnerami i organizacjami zajmującymi się obiegiem tekstyliów;
- prowadzenie działań edukacyjnych dla pracowników lub klientów;
- monitorowanie efektów działań cyrkularnych.

Wymagane kwalifikacje i doświadczenie

Na stanowisku tym przydatne jest przygotowanie z zakresu branży mody, tekstyliów, ochrony środowiska, zarządzania produkcją, logistyki, projektowania produktu albo zrównoważonego rozwoju. Ważna jest znajomość materiałów, procesów produkcyjnych, źródeł powstawania odpadów oraz podstaw gospodarki obiegu zamkniętego.

Doświadczenie może pochodzić z pracy w produkcji odzieży, projektowaniu, naprawie, recyklingu, organizacji procesów lub działań edukacyjnych związanych ze zrównoważonym rozwojem.

Umiejętności zawodowe i techniczne

Kluczowe umiejętności obejmują:

- rozumienie zasad gospodarki cyrkularnej;
- analizę przepływu materiałów;
- identyfikowanie miejsc powstawania odpadów;
- planowanie ponownego wykorzystania surowców;
- organizację procesów naprawy, przeróbki i upcyklingu;
- znajomość podstaw recyklingu tekstyliów;
- współpracę z działami projektowania i produkcji;
- przygotowywanie rekomendacji usprawniających obieg materiałów;
- ocenę możliwości przedłużania życia produktu;
- dokumentowanie działań i efektów.

Kompetencje cyfrowe

Kompetencje cyfrowe obejmują pracę z arkuszami kalkulacyjnymi, dokumentacją elektroniczną, bazami danych materiałów, prostymi narzędziami raportowania, systemami magazynowymi oraz narzędziami komunikacji online. Koordynator powinien umieć porządkować dane dotyczące materiałów, ilości odpadów, sposobów ich wykorzystania oraz efektów podejmowanych działań.

Kompetencje miękkie i społeczne

Ważne są komunikatywność, odpowiedzialność, umiejętność koordynacji działań, myślenie systemowe, konsekwencja, samodzielność, kreatywność i umiejętność przekonywania innych do zmiany sposobu pracy. Koordynator ds. gospodarki cyrkularnej musi współpracować z wieloma osobami i działami, dlatego istotna jest zdolność łączenia perspektywy środowiskowej, technologicznej i organizacyjnej.

Kompetencje związane ze zrównoważonym rozwojem

Stanowisko to bezpośrednio dotyczy zrównoważonego rozwoju. Kluczowe są kompetencje związane z ograniczaniem odpadów, ponownym użyciem materiałów, recyklingiem, upcyklingiem, naprawą, projektowaniem trwałych produktów, racjonalnym gospodarowaniem surowcami oraz edukacją w zakresie świadomej konsumpcji.

Znaczenie stanowiska dla rynku pracy

Koordynator ds. gospodarki cyrkularnej w modzie odpowiada na potrzebę zmiany modeli działania przedsiębiorstw. Wraz ze wzrostem znaczenia regulacji środowiskowych, oczekiwań klientów i kosztów surowców rośnie zapotrzebowanie na osoby, które potrafią organizować procesy ograniczające straty i wspierające ponowne wykorzystanie zasobów.

Znaczenie stanowiska dla BCU Moda Sosnowiec

BCU Moda Sosnowiec może rozwijać szkolenia dotyczące gospodarki cyrkularnej, recyklingu tekstyliów, upcyklingu, naprawy, projektowania obiegu produktu, ograniczania odpadów,

organizacji punktów napraw i przeróbek oraz wdrażania cyrkularnych modeli działania w branży mody.

5.8. Specjalista ds. naprawy, przeróbki i upcyklingu odzieży

Charakterystyka stanowiska

Specjalista ds. naprawy, przeróbki i upcyklingu odzieży odpowiada za przywracanie wartości użytkowej i estetycznej produktom odzieżowym poprzez naprawę, dopasowanie, modernizację, personalizację oraz twórcze przekształcanie odzieży lub materiałów z odzysku. Stanowisko to łączy tradycyjne umiejętności krawieckie z kreatywnością, znajomością materiałów, estetyką i zasadami zrównoważonego rozwoju.

Rola ta odpowiada na rosnące znaczenie wydłużania cyklu życia produktów, ograniczania odpadów tekstylnych, rozwoju usług naprawczych oraz wzrostu zainteresowania indywidualizacją odzieży. Może być rozwijana w pracowniach krawieckich, punktach usługowych, markach modowych, second handach, firmach upcyklingowych, organizacjach społecznych oraz centrach edukacyjnych.

Główne zadania zawodowe

Do głównych zadań należą:

- diagnozowanie stanu odzieży i możliwości naprawy;
- wykonywanie napraw krawieckich;
- wykonywanie przeróbek dopasowujących odzież do sylwetki;
- wymiana lub naprawa elementów uszkodzonych;
- twórcze przekształcanie odzieży używanej;
- łączenie materiałów z odzysku;
- personalizacja odzieży;
- doradztwo klientowi w zakresie naprawy, pielęgnacji i dalszego użytkowania;
- dobór technik naprawy do rodzaju materiału;
- dbanie o estetykę i trwałość wykonania.

Wymagane kwalifikacje i doświadczenie

Na stanowisku tym szczególnie ważne są praktyczne umiejętności krawieckie. Przydatne jest ukończenie szkoły branżowej, technikum, kursu krawieckiego, kursu przeróbek odzieżowych lub doświadczenie zdobyte w pracowni. Ważna jest znajomość materiałów, technik szycia, konstrukcji odzieży oraz podstaw dopasowania do sylwetki.

Atutem jest kreatywność, wyczucie estetyki, umiejętność pracy z odzieżą używaną oraz znajomość trendów związanych z upcyklingiem, personalizacją i modą odpowiedzialną.

Umiejętności zawodowe i techniczne

Kluczowe umiejętności obejmują:

- szycie ręczne i maszynowe;

- wykonywanie poprawek krawieckich;
- skracanie, zwężanie, poszerzanie i dopasowywanie odzieży;
- wymianę zamków, guzików, podszewek i elementów wykończeniowych;
- naprawę uszkodzeń materiału;
- pracę z różnymi rodzajami tkanin i dzianin;
- łączenie materiałów z odzysku;
- tworzenie nowych form z istniejących produktów;
- ocenę możliwości technicznych naprawy;
- dbanie o trwałość i estetykę wykonania.

Kompetencje cyfrowe

Kompetencje cyfrowe mogą obejmować prowadzenie dokumentacji usług, komunikację z klientami online, prezentację efektów pracy w mediach społecznościowych, przygotowywanie prostych materiałów promocyjnych, obsługę systemów rezerwacji usług oraz korzystanie z inspiracji i wzorów dostępnych w źródłach cyfrowych.

Kompetencje miękkie i społeczne

Najważniejsze kompetencje to dokładność, cierpliwość, kreatywność, komunikatywność, odpowiedzialność, samodzielność, umiejętność doradzania klientowi, estetyka pracy i gotowość do rozwiązywania nietypowych problemów. Praca z odzieżą używaną wymaga elastyczności i umiejętności dopasowania rozwiązania do konkretnego produktu.

Kompetencje związane ze zrównoważonym rozwojem

Stanowisko to ma bezpośrednie znaczenie dla zrównoważonej mody. Naprawa, przeróbka i upcyklینگ wydłużają życie produktu, ograniczają ilość odpadów tekstylnych, zmniejszają potrzebę zakupu nowych produktów i promują świadome podejście do konsumpcji.

Znaczenie stanowiska dla rynku pracy

Specjalista ds. naprawy, przeróbki i upcyklingu odzieży odpowiada na rozwój usług związanych z wydłużaniem cyklu życia produktów. Stanowisko to może mieć znaczenie zarówno dla rynku usług lokalnych, jak i dla marek modowych rozwijających usługi naprawy, personalizacji lub ponownego wykorzystania produktów.

Znaczenie stanowiska dla BCU Moda Sosnowiec

BCU Moda Sosnowiec może rozwijać praktyczne kursy naprawy odzieży, przeróbek, upcyklingu, personalizacji, pracy z materiałami z odzysku, doradztwa klientowi oraz tworzenia małych usługowych modeli biznesowych opartych na zrównoważonej modzie.

5.9. Specjalista ds. innowacyjnych materiałów tekstylnych

Charakterystyka stanowiska

Specjalista ds. innowacyjnych materiałów tekstylnych odpowiada za analizę, dobór i rekomendowanie materiałów wykorzystywanych w projektowaniu, produkcji i sprzedaży produktów modowych. Stanowisko to łączy wiedzę o tekstyliach, właściwościach użytkowych,

funkcjonalności, estetyce, trwałości, wpływie środowiskowym oraz możliwościach zastosowania nowych surowców i technologii.

Rola ta odpowiada na rosnące znaczenie materiałów funkcjonalnych, odpowiedzialnych środowiskowo, pochodzących z recyklingu, biodegradowalnych, certyfikowanych lub projektowanych z myślą o konkretnych właściwościach użytkowych. Specjalista ds. innowacyjnych materiałów tekstylnych może pracować w firmach odzieżowych, działach projektowania, zakupów, przygotowania produkcji, laboratoriach, hurtowniach tkanin, jednostkach badawczo-rozwojowych lub centrach edukacyjnych.

Główne zadania zawodowe

Do głównych zadań należą:

- analiza właściwości materiałów tekstylnych;
- dobór materiałów do projektów i produktów;
- ocena trwałości, funkcjonalności i jakości materiałów;
- monitorowanie nowych surowców i rozwiązań tekstylnych;
- współpraca z projektantami, technologami i działem zakupów;
- przygotowywanie rekomendacji materiałowych;
- analiza wpływu materiałów na proces produkcji;
- ocena możliwości wykorzystania materiałów z recyklingu lub źródeł odpowiedzialnych;
- gromadzenie informacji o certyfikatach i standardach materiałowych;
- edukowanie zespołu w zakresie właściwości i zastosowania materiałów.

Wymagane kwalifikacje i doświadczenie

Na stanowisku tym przydatne jest wykształcenie lub doświadczenie związane z włókiennictwem, tekstyliami, materiałowznawstwem, projektowaniem mody, technologią odzieży, jakością lub zrównoważonym rozwojem. Ważna jest znajomość właściwości tkanin, dzianin, włókien, dodatków oraz procesów wykończenia materiałów.

Pracodawcy mogą oczekiwać umiejętności analizy kart materiałowych, współpracy z dostawcami, oceny jakości materiału oraz przekładania wiedzy technicznej na praktyczne rekomendacje dla projektowania i produkcji.

Umiejętności zawodowe i techniczne

Kluczowe umiejętności obejmują:

- rozpoznawanie rodzajów włókien, tkanin i dzianin;
- ocenę właściwości użytkowych materiałów;
- dobór materiałów do funkcji produktu;
- analizę wpływu materiału na konstrukcję i technologię wykonania;
- ocenę trwałości i komfortu użytkowania;
- interpretację kart technicznych materiałów;
- znajomość podstaw certyfikacji tekstyliów;

- analizę materiałów z recyklingu i materiałów odpowiedzialnych;
- współpracę z dostawcami;
- przygotowywanie rekomendacji materiałowych.

Kompetencje cyfrowe

Kompetencje cyfrowe obejmują korzystanie z baz danych materiałów, katalogów cyfrowych, arkuszy kalkulacyjnych, dokumentacji elektronicznej, narzędzi do prezentacji oraz systemów wspierających zarządzanie produktem. Ważna jest również umiejętność wyszukiwania i porównywania informacji o nowych materiałach, certyfikatach, dostawcach i właściwościach surowców.

Kompetencje miękkie i społeczne

Najważniejsze kompetencje to dokładność, analityczne myślenie, komunikatywność, odpowiedzialność, ciekawość poznawcza, umiejętność współpracy z projektantami i technologami oraz zdolność przekładania wiedzy technicznej na praktyczne decyzje. Specjalista powinien umieć wyjaśniać zalety i ograniczenia materiałów w sposób zrozumiały dla różnych działów firmy.

Kompetencje związane ze zrównoważonym rozwojem

Stanowisko to jest silnie powiązane ze zrównoważonym rozwojem. Obejmuje wiedzę o materiałach odpowiedzialnych, recyklingu, trwałości, certyfikacji, wpływie surowców na środowisko, racjonalnym doborze materiałów i ograniczaniu strat. Specjalista powinien potrafić ocenić nie tylko estetykę i funkcjonalność materiału, ale również jego znaczenie środowiskowe.

Znaczenie stanowiska dla rynku pracy

Specjalista ds. innowacyjnych materiałów tekstylnych odpowiada na rosnące znaczenie świadomego doboru surowców w branży mody. Wraz z rozwojem nowych materiałów, oczekiwaniami klientów i wymaganiami środowiskowymi firmy będą potrzebowały osób potrafiących oceniać materiały pod kątem jakości, funkcjonalności, kosztów i wpływu na środowisko.

Znaczenie stanowiska dla BCU Moda Sosnowiec

BCU Moda Sosnowiec może rozwijać szkolenia z zakresu materiałowznawstwa, innowacyjnych tekstyliów, materiałów z recyklingu, certyfikacji, doboru surowców, oceny właściwości materiałów oraz znaczenia materiałów w projektowaniu zrównoważonej mody.

5.10. Koordynator ds. transparentności łańcucha dostaw w modzie

Charakterystyka stanowiska

Koordinator ds. transparentności łańcucha dostaw w modzie odpowiada za gromadzenie, porządkowanie i komunikowanie informacji dotyczących pochodzenia materiałów, dostawców, etapów produkcji oraz odpowiedzialności w łańcuchu wartości produktu modowego. Stanowisko to rozwija się w odpowiedzi na rosnące znaczenie przejrzystości, etyki, odpowiedzialności środowiskowej i społecznej oraz oczekiwań klientów dotyczących wiedzy o pochodzeniu produktów.

Rola ta może występować w przedsiębiorstwach modowych, firmach produkcyjnych, działach zakupów, działach jakości, działach zrównoważonego rozwoju, e-commerce, komunikacji marki oraz w organizacjach współpracujących z dostawcami i podwykonawcami. Koordinator ds. transparentności łańcucha dostaw wspiera firmę w budowaniu wiarygodności oraz ograniczaniu ryzyk związanych z niepełną informacją o produkcie.

Główne zadania zawodowe

Do głównych zadań należą:

- gromadzenie informacji o dostawcach, materiałach i etapach produkcji;
- porządkowanie dokumentacji dotyczącej pochodzenia surowców i produktów;
- współpraca z działem zakupów, produkcji, jakości i zrównoważonego rozwoju;
- monitorowanie kompletności informacji o łańcuchu dostaw;
- identyfikowanie braków w dokumentacji produktowej;
- przygotowywanie zestawień i raportów dotyczących dostawców;
- wspieranie komunikacji informacji o pochodzeniu produktu;
- analiza ryzyk związanych z niepełną transparentnością;
- współpraca z dostawcami w zakresie uzupełniania danych;
- wspieranie działań związanych z odpowiedzialną produkcją i komunikacją marki.

Wymagane kwalifikacje i doświadczenie

Na tym stanowisku przydatne jest doświadczenie lub przygotowanie z zakresu branży mody, zakupów, logistyki, produkcji, jakości, zrównoważonego rozwoju, administracji, zarządzania produktem lub komunikacji. Ważna jest znajomość podstaw funkcjonowania łańcucha dostaw, procesów zakupowych, dokumentacji materiałowej oraz współpracy z dostawcami.

Pracodawcy mogą oczekiwać dokładności, umiejętności pracy z dokumentami, znajomości arkuszy kalkulacyjnych, komunikatywności oraz umiejętności porządkowania dużej liczby informacji.

Umiejętności zawodowe i techniczne

Kluczowe umiejętności obejmują:

- analizę łańcucha dostaw produktu modowego;
- porządkowanie danych o dostawcach;
- pracę z dokumentacją materiałową i zakupową;
- identyfikowanie braków informacyjnych;
- przygotowywanie zestawień i raportów;

- współpracę z dostawcami i podwykonawcami;
- podstawową ocenę ryzyka w łańcuchu dostaw;
- znajomość zasad odpowiedzialnego pozyskiwania materiałów;
- komunikowanie informacji o pochodzeniu produktu;
- współpracę między działami zakupów, produkcji, jakości i komunikacji.

Kompetencje cyfrowe

Kompetencje cyfrowe obejmują pracę z arkuszami kalkulacyjnymi, bazami dostawców, dokumentacją elektroniczną, systemami ERP, PIM lub innymi narzędziami wspierającymi zarządzanie danymi o produkcie i dostawcach. Ważna jest umiejętność porządkowania informacji, tworzenia tabel, raportów i prostych analiz.

Kompetencje miękkie i społeczne

Najważniejsze kompetencje to dokładność, odpowiedzialność, komunikatywność, systematyczność, umiejętność współpracy międzydziałowej, rzetelność i konsekwencja. Koordynator ds. transparentności musi umieć pozyskiwać informacje od różnych osób i podmiotów oraz dbać o ich spójność i wiarygodność.

Kompetencje związane ze zrównoważonym rozwojem

Stanowisko jest silnie powiązane z odpowiedzialnością środowiskową i społeczną. Obejmuje wiedzę o pochodzeniu materiałów, odpowiedzialnych dostawcach, dokumentowaniu informacji o produkcie, etycznych aspektach produkcji, ograniczaniu ryzyk i budowaniu przejrzystej komunikacji z klientem.

Znaczenie stanowiska dla rynku pracy

Koordynator ds. transparentności łańcucha dostaw odpowiada na rosnące znaczenie wiarygodności i przejrzystości w branży mody. Firmy coraz częściej muszą wiedzieć, skąd pochodzą ich materiały, kto uczestniczy w produkcji i jakie informacje mogą przekazać klientowi. Stanowisko to wspiera profesjonalizację zarządzania produktem i odpowiedzialną komunikację marki.

Znaczenie stanowiska dla BCU Moda Sosnowiec

BCU Moda Sosnowiec może rozwijać szkolenia dotyczące podstaw łańcucha dostaw, dokumentacji materiałowej, współpracy z dostawcami, transparentności produktu, odpowiedzialnej produkcji oraz komunikowania informacji o pochodzeniu i właściwościach produktów modowych.

5.11. Specjalista ds. zgodności, jakości i bezpieczeństwa produktu modowego

Charakterystyka stanowiska

Specjalista ds. zgodności, jakości i bezpieczeństwa produktu modowego odpowiada za ocenę, monitorowanie i dokumentowanie zgodności produktów z wymaganiami jakościowymi, technicznymi, użytkowymi i bezpieczeństwa. Stanowisko to łączy tradycyjną kontrolę jakości z

szerszym podejściem do standardów produktu, dokumentacji, reklamacji, bezpieczeństwa użytkownika i odpowiedzialności producenta lub marki.

Rola ta jest szczególnie ważna w firmach, które wprowadzają produkty na rynek, współpracują z podwykonawcami, rozwijają sprzedaż internetową, poszerzają asortyment lub chcą ograniczać reklamacje i ryzyko niezgodności. Specjalista ds. zgodności, jakości i bezpieczeństwa produktu modowego może pracować w działach jakości, produkcji, przygotowania produktu, zakupów, e-commerce lub obsługi reklamacji.

Główne zadania zawodowe

Do głównych zadań należą:

- kontrola jakości produktów modowych;
- ocena zgodności produktu z dokumentacją techniczną;
- monitorowanie standardów wykonania;
- identyfikowanie wad materiałowych i produkcyjnych;
- prowadzenie dokumentacji kontroli;
- analiza reklamacji i przyczyn niezgodności;
- współpraca z produkcją, dostawcami i działem obsługi klienta;
- przygotowywanie zaleceń korygujących;
- weryfikacja informacji o składzie, pielęgnacji i oznakowaniu produktu;
- wspieranie działań ograniczających ryzyko wprowadzenia produktu niespełniającego wymagań.

Wymagane kwalifikacje i doświadczenie

Na stanowisku tym przydatne jest przygotowanie z zakresu technologii odzieży, produkcji, jakości, materiałoznawstwa, kontroli produktu, obsługi reklamacji lub zarządzania produktem. Ważna jest znajomość procesu produkcji, dokumentacji technicznej, właściwości materiałów oraz standardów jakościowych.

Pracodawcy mogą oczekiwać doświadczenia w kontroli jakości, produkcji, technologii, pracy z dokumentacją, rozpatrywaniu reklamacji lub współpracy z dostawcami.

Umiejętności zawodowe i techniczne

Kluczowe umiejętności obejmują:

- ocenę jakości produktu;
- rozpoznawanie wad materiałowych i wykonawczych;
- pomiar wyrobów zgodnie z dokumentacją;
- analizę zgodności produktu z opisem i wymaganiami;
- prowadzenie dokumentacji jakościowej;
- analizę reklamacji;
- przygotowywanie zaleceń korygujących;
- znajomość zasad oznakowania i informacji o produkcie;
- współpracę z dostawcami i produkcją;

- ocenę wpływu jakości na satysfakcję klienta i trwałość produktu.

Kompetencje cyfrowe

Kompetencje cyfrowe obejmują obsługę arkuszy kalkulacyjnych, dokumentacji elektronicznej, systemów jakościowych, systemów ERP, baz reklamacji, narzędzi raportowania i komunikacji wewnętrznej. Ważna jest umiejętność porządkowania danych, analizowania powtarzających się problemów i przygotowywania raportów jakościowych.

Kompetencje miękkie i społeczne

Najważniejsze kompetencje to dokładność, obiektywność, odpowiedzialność, komunikatywność, samodzielność, konsekwencja, analityczne myślenie i umiejętność przekazywania informacji zwrotnej. Specjalista ds. zgodności i jakości powinien potrafić wskazywać problemy w sposób rzeczowy oraz wspierać poprawę procesu.

Kompetencje związane ze zrównoważonym rozwojem

Jakość i bezpieczeństwo produktu są ważnym elementem zrównoważonej mody. Produkt dobrze wykonany, trwały i zgodny z wymaganiami ma dłuższy cykl życia, rzadziej podlega reklamacji i nie generuje niepotrzebnych odpadów. Specjalista powinien rozumieć związek pomiędzy jakością, trwałością, odpowiedzialnością producenta i ograniczaniem strat.

Znaczenie stanowiska dla rynku pracy

Stanowisko to odpowiada na potrzebę profesjonalizacji kontroli jakości i zgodności produktu w branży mody. Wraz ze wzrostem sprzedaży internetowej, większą liczbą zwrotów i rosnącymi oczekiwaniami klientów znaczenie jakości, bezpieczeństwa i rzetelnej informacji o produkcie będzie wzrastać.

Znaczenie stanowiska dla BCU Moda Sosnowiec

BCU Moda Sosnowiec może rozwijać szkolenia dotyczące kontroli jakości, dokumentacji produktu, analizy reklamacji, oznakowania, standardów wykonania, bezpieczeństwa produktu oraz jakości jako elementu zrównoważonego rozwoju.

5.12. Specjalista ds. visual merchandisingu i doświadczenia klienta

Charakterystyka stanowiska

Specjalista ds. visual merchandisingu i doświadczenia klienta odpowiada za sposób prezentacji produktów modowych oraz tworzenie spójnego, atrakcyjnego i funkcjonalnego doświadczenia zakupowego. Stanowisko to łączy wiedzę o ekspozycji, sprzedaży, zachowaniach konsumentów, komunikacji marki, estetyce, obsłudze klienta oraz kanałach sprzedaży stacjonarnej i internetowej.

Rola ta nabiera znaczenia w związku z rozwojem sprzedaży wielokanałowej, koniecznością wyróżnienia marki, rosnącymi oczekiwaniami klientów oraz potrzebą spójnego prezentowania produktu w sklepie, showroomie, mediach społecznościowych i e-commerce.

Główne zadania zawodowe

Do głównych zadań należą:

- planowanie ekspozycji produktów;
- przygotowywanie aranżacji kolekcji;
- dbanie o spójność wizualną prezentacji marki;
- analizowanie zachowań klientów;
- współpraca z działem sprzedaży, marketingu i e-commerce;
- wdrażanie standardów visual merchandisingu;
- przygotowywanie materiałów wspierających sprzedaż;
- monitorowanie rotacji produktów;
- rekomendowanie zmian w prezentacji asortymentu;
- wspieranie pozytywnego doświadczenia klienta w różnych kanałach sprzedaży.

Wymagane kwalifikacje i doświadczenie

Na stanowisku tym przydatne jest doświadczenie w sprzedaży, visual merchandisingu, obsłudze klienta, marketingu, aranżacji przestrzeni, projektowaniu ekspozycji lub branży mody. Ważna jest znajomość produktu, trendów, zachowań klientów oraz zasad prezentowania asortymentu.

Pracodawcy mogą oczekiwać kreatywności, estetyki, umiejętności analitycznych, komunikatywności i praktycznego rozumienia wpływu ekspozycji na sprzedaż.

Umiejętności zawodowe i techniczne

Kluczowe umiejętności obejmują:

- planowanie ekspozycji produktów;
- znajomość zasad visual merchandisingu;
- prezentację kolekcji;
- analizę rotacji asortymentu;
- rozumienie zachowań klienta;
- tworzenie spójnej komunikacji wizualnej;

- współpracę z zespołem sprzedaży;
- przygotowywanie rekomendacji ekspozycyjnych;
- ocenę wpływu prezentacji produktu na sprzedaż;
- dostosowywanie ekspozycji do sezonu, kolekcji i grupy klientów.

Kompetencje cyfrowe

Kompetencje cyfrowe obejmują korzystanie z raportów sprzedażowych, arkuszy kalkulacyjnych, systemów sprzedażowych, narzędzi do przygotowywania prezentacji, mediów społecznościowych, prostych programów graficznych oraz materiałów cyfrowych wspierających ekspozycję i komunikację produktu. W sprzedaży wielokanałowej ważne jest rozumienie powiązania ekspozycji stacjonarnej i online.

Kompetencje miękkie i społeczne

Najważniejsze kompetencje to kreatywność, komunikatywność, orientacja na klienta, estetyka, dokładność, samodzielność, dobra organizacja pracy, umiejętność współpracy i elastyczność. Specjalista ds. visual merchandisingu powinien potrafić łączyć perspektywę marki, klienta i sprzedaży.

Kompetencje związane ze zrównoważonym rozwojem

Specjalista może wspierać odpowiedzialną komunikację produktu poprzez promowanie trwałości, jakości, pielęgnacji, naprawy i świadomego użytkowania odzieży. Może także wspierać racjonalne zarządzanie ekspozycją, ograniczanie nadmiernej promocji krótkotrwałych produktów i komunikowanie wartości związanych z odpowiedzialną konsumpcją.

Znaczenie stanowiska dla rynku pracy

Stanowisko odpowiada na potrzebę profesjonalizacji doświadczenia klienta w branży mody. W czasach konkurencji między sprzedażą stacjonarną i internetową ważne jest tworzenie spójnych doświadczeń zakupowych, które wzmacniają markę, poprawiają sprzedaż i budują relację z klientem.

Znaczenie stanowiska dla BCU Moda Sosnowiec

BCU Moda Sosnowiec może rozwijać szkolenia z zakresu visual merchandisingu, ekspozycji produktu, obsługi klienta, analizy zachowań konsumenckich, doświadczenia zakupowego, storytellingu sprzedażowego oraz odpowiedzialnej prezentacji produktu.

5.13. Specjalista ds. komunikacji odpowiedzialnej marki modowej

Charakterystyka stanowiska

Specjalista ds. komunikacji odpowiedzialnej marki modowej odpowiada za tworzenie, porządkowanie i przekazywanie informacji dotyczących wartości marki, jakości produktu, materiałów, trwałości, sposobu użytkowania, działań środowiskowych i społecznych oraz odpowiedzialności przedsiębiorstwa. Stanowisko to łączy kompetencje komunikacyjne, marketingowe, produktowe i środowiskowe.

Rola ta jest szczególnie ważna w kontekście rosnących oczekiwań klientów dotyczących wiarygodności informacji oraz potrzeby unikania komunikacji pozorowanej, nadmiernie promocyjnej lub niezgodnej z rzeczywistymi działaniami firmy. Specjalista ds. komunikacji odpowiedzialnej marki modowej wspiera budowanie zaufania, edukację klienta i przejrzystość komunikacji.

Główne zadania zawodowe

Do głównych zadań należą:

- przygotowywanie treści dotyczących produktów, materiałów i wartości marki;
- komunikowanie informacji o jakości, trwałości i pielęgnacji produktów;
- współpraca z działem produktu, e-commerce, marketingu i sprzedaży;
- opracowywanie komunikatów dotyczących zrównoważonego rozwoju;
- dbanie o spójność informacji przekazywanych klientom;
- weryfikowanie rzetelności treści środowiskowych i produktowych;
- wspieranie działań edukacyjnych dla klientów;
- przygotowywanie opisów produktów i materiałów promocyjnych;
- monitorowanie ryzyka komunikacji nieprecyzyjnej lub wprowadzającej w błąd;
- wspieranie budowania wiarygodnego wizerunku marki.

Wymagane kwalifikacje i doświadczenie

Na stanowisku tym przydatne jest przygotowanie z zakresu komunikacji, marketingu, e-commerce, branży mody, zarządzania produktem, zrównoważonego rozwoju lub dziennikarstwa. Ważna jest umiejętność pisania, rozumienie produktu modowego, znajomość podstaw materiałoznawstwa oraz świadomość znaczenia odpowiedzialnej komunikacji.

Pracodawcy mogą oczekiwać doświadczenia w tworzeniu treści, obsłudze mediów społecznościowych, e-commerce, marketingu marki, komunikacji produktowej lub projektach związanych ze zrównoważonym rozwojem.

Umiejętności zawodowe i techniczne

Kluczowe umiejętności obejmują:

- tworzenie treści produktowych i marketingowych;
- komunikowanie cech produktu w sposób zrozumiały dla klienta;
- znajomość podstaw materiałoznawstwa;

- rozumienie wartości marki;
- przygotowywanie opisów produktów;
- weryfikowanie informacji dotyczących materiałów, jakości i trwałości;
- podstawy komunikacji środowiskowej;
- współpracę z działami produktu, marketingu i sprzedaży;
- analizę potrzeb odbiorców;
- tworzenie edukacyjnych treści wspierających świadome zakupy.

Kompetencje cyfrowe

Kompetencje cyfrowe obejmują korzystanie z systemów CMS, platform e-commerce, mediów społecznościowych, narzędzi do przygotowywania treści, prostych programów graficznych, systemów newsletterowych, arkuszy kalkulacyjnych i narzędzi analitycznych. Ważna jest również umiejętność dostosowywania komunikacji do różnych kanałów cyfrowych.

Kompetencje miękkie i społeczne

Najważniejsze kompetencje to komunikatywność, odpowiedzialność, rzetelność, kreatywność, empatia, dokładność, umiejętność pisania, współpraca międzydziałowa i orientacja na klienta. Osoba na tym stanowisku powinna potrafić łączyć atrakcyjność komunikacji z jej wiarygodnością.

Kompetencje związane ze zrównoważonym rozwojem

Stanowisko to wymaga rozumienia podstaw zrównoważonej mody, odpowiedzialnego marketingu, jakości produktu, trwałości, pielęgnacji, ograniczania nadmiernej konsumpcji oraz ryzyka greenwashingu. Specjalista powinien potrafić komunikować działania środowiskowe w sposób uczciwy, konkretny i oparty na rzeczywistych cechach produktu lub firmy.

Znaczenie stanowiska dla rynku pracy

Stanowisko odpowiada na potrzebę budowania wiarygodnej komunikacji marek modowych. Klienci coraz częściej oczekują informacji o pochodzeniu produktu, materiale, jakości i wpływie środowiskowym. Firmy potrzebują osób, które potrafią tworzyć komunikację atrakcyjną, ale jednocześnie odpowiedzialną i rzetelną.

Znaczenie stanowiska dla BCU Moda Sosnowiec

BCU Moda Sosnowiec może rozwijać szkolenia z zakresu komunikacji odpowiedzialnej marki, tworzenia opisów produktów, storytellingu, komunikacji środowiskowej, unikania greenwashingu, edukacji klienta oraz komunikowania jakości, trwałości i wartości produktu modowego.

5.14. Specjalista ds. wykorzystania sztucznej inteligencji w projektowaniu i sprzedaży mody

Charakterystyka stanowiska

Specjalista ds. wykorzystania sztucznej inteligencji w projektowaniu i sprzedaży mody to stanowisko związane z praktycznym zastosowaniem narzędzi AI w procesach projektowych, sprzedażowych, marketingowych, komunikacyjnych i analitycznych w branży mody. Rola ta łączy wiedzę o modzie, produkcji, kliencie i rynku z umiejętnością korzystania z narzędzi cyfrowych wspierających generowanie koncepcji, analizę trendów, przygotowywanie treści, automatyzację wybranych działań oraz optymalizację sprzedaży.

Stanowisko to nie zastępuje projektanta, specjalisty e-commerce, marketera ani analityka, ale wspiera ich pracę poprzez odpowiedzialne i świadome wykorzystywanie narzędzi sztucznej inteligencji. Może występować jako samodzielna rola w większych organizacjach albo jako specjalizacja rozwijana przez osoby pracujące w projektowaniu, sprzedaży, marketingu, e-commerce, zarządzaniu produktem lub komunikacji marki.

Główne zadania zawodowe

Do głównych zadań zawodowych należą:

1. wspieranie analizy trendów modowych i konsumenckich z wykorzystaniem narzędzi AI;
2. generowanie inspiracji projektowych, opisów koncepcji i wariantów stylistycznych;
3. przygotowywanie propozycji treści produktowych, marketingowych i sprzedażowych;
4. wspieranie tworzenia opisów produktów do kanałów e-commerce;
5. automatyzacja wybranych działań komunikacyjnych i organizacyjnych;
6. analiza danych sprzedażowych, opinii klientów i zachowań zakupowych;
7. przygotowywanie materiałów wspierających prezentację kolekcji;
8. współpraca z projektantami, działem e-commerce, marketingiem i sprzedażą;
9. testowanie nowych narzędzi AI możliwych do wykorzystania w branży mody;
10. dbanie o odpowiedzialne, etyczne i zgodne z prawem wykorzystanie narzędzi AI.

Wymagane kwalifikacje i doświadczenie

Na stanowisku tym przydatne jest przygotowanie z zakresu branży mody, projektowania, marketingu, e-commerce, komunikacji, analizy danych lub nowych technologii. Szczególnie ważne jest rozumienie specyfiki produktu modowego, potrzeb klienta, języka marki oraz procesów sprzedażowych i projektowych.

Pracodawcy mogą oczekiwać doświadczenia w pracy z narzędziami cyfrowymi, tworzeniu treści, analizie trendów, obsłudze e-commerce, komunikacji marki lub projektach kreatywnych. Kluczowa jest gotowość do ciągłego uczenia się, ponieważ narzędzia sztucznej inteligencji rozwijają się bardzo dynamicznie.

Umiejętności zawodowe i techniczne

Kluczowe umiejętności obejmują:

1. rozumienie procesów projektowania i sprzedaży produktów modowych;
2. analizę trendów i zachowań konsumentów;
3. tworzenie treści produktowych i marketingowych;
4. przygotowywanie promptów i instrukcji dla narzędzi AI;
5. ocenę jakości wyników generowanych przez narzędzia AI;
6. selekcję inspiracji i materiałów wizualnych;
7. dostosowywanie treści do języka marki;
8. podstawową analizę danych sprzedażowych i rynkowych;
9. współpracę z zespołami projektowymi, marketingowymi i sprzedażowymi;
10. weryfikowanie zgodności treści z rzeczywistymi cechami produktu.

Kompetencje cyfrowe

Kompetencje cyfrowe są podstawą pracy na tym stanowisku. Obejmują korzystanie z narzędzi sztucznej inteligencji do generowania tekstu, analizy danych, przygotowywania inspiracji wizualnych, porządkowania informacji, automatyzacji działań, tworzenia prezentacji i wspierania komunikacji produktowej.

Specjalista powinien znać podstawy pracy z narzędziami AI, arkuszami kalkulacyjnymi, systemami e-commerce, narzędziami analitycznymi, systemami CMS, mediami społecznościowymi oraz aplikacjami wspierającymi organizację pracy. Ważna jest również umiejętność krytycznej oceny wyników generowanych przez AI, ponieważ narzędzia te mogą tworzyć treści niepełne, błędne lub niezgodne z rzeczywistymi danymi produktowymi.

Kompetencje miękkie i społeczne

Najważniejsze kompetencje miękkie to ciekawość poznawcza, kreatywność, odpowiedzialność, krytyczne myślenie, komunikatywność, samodzielność, dokładność, otwartość na zmiany i gotowość do uczenia się. Osoba na tym stanowisku powinna potrafić wyjaśniać innym członkom zespołu, jak bezpiecznie i praktycznie korzystać z narzędzi AI.

Ważna jest także umiejętność współpracy z osobami, które nie mają zaawansowanych kompetencji cyfrowych. Specjalista ds. wykorzystania AI powinien pełnić funkcję osoby wspierającej, a nie zastępującej pracę ekspertów branżowych.

Kompetencje związane ze zrównoważonym rozwojem

Sztuczna inteligencja może wspierać zrównoważony rozwój w branży mody poprzez analizę trendów, lepsze planowanie kolekcji, ograniczanie nadprodukcji, przygotowywanie rzetelnych informacji o produktach oraz edukację klientów. Jednocześnie konieczne jest odpowiedzialne korzystanie z AI, z uwzględnieniem jakości danych, praw autorskich, rzetelności komunikacji i unikania tworzenia treści wprowadzających klienta w błąd.

Specjalista powinien rozumieć, że wykorzystanie AI w komunikacji dotyczącej zrównoważonej mody wymaga szczególnej ostrożności. Treści generowane automatycznie muszą być sprawdzane, zgodne z faktami i oparte na rzeczywistych cechach produktu lub działaniach firmy.

Znaczenie stanowiska dla rynku pracy

Stanowisko specjalisty ds. wykorzystania sztucznej inteligencji w projektowaniu i sprzedaży mody odpowiada na dynamiczny rozwój narzędzi cyfrowych i automatyzacji. Firmy modowe mogą wykorzystywać AI do analizy trendów, przygotowywania treści, wspierania e-commerce, komunikacji z klientem, planowania sprzedaży i pracy kreatywnej.

Znaczenie tego stanowiska będzie rosnąć wraz z upowszechnianiem narzędzi AI w codziennej pracy. Szczególnie ważne będzie jednak nie samo korzystanie z technologii, lecz umiejętność odpowiedzialnego, krytycznego i celowego wykorzystywania jej w realnych procesach branży mody.

Znaczenie stanowiska dla BCU Moda Sosnowiec

BCU Moda Sosnowiec może rozwijać szkolenia dotyczące praktycznego wykorzystania sztucznej inteligencji w branży mody, w szczególności w analizie trendów, tworzeniu opisów produktów, wsparciu projektowania, e-commerce, komunikacji marki, przygotowywaniu materiałów promocyjnych oraz automatyzacji prostych procesów organizacyjnych.

Szczególne znaczenie powinny mieć szkolenia pokazujące bezpieczne, odpowiedzialne i praktyczne wykorzystanie AI, z uwzględnieniem ograniczeń technologii, konieczności weryfikacji wyników, ochrony praw autorskich, jakości danych oraz odpowiedzialnej komunikacji z klientem.

5.15. Podsumowanie propozycji opisów nowych innowacyjnych stanowisk pracy

Przedstawione propozycje opisów nowych innowacyjnych stanowisk pracy wskazują, że branża mody rozwija się w kierunku coraz większej interdyscyplinarności. Nowe role zawodowe nie ograniczają się do jednego wąskiego obszaru kompetencji, lecz łączą wiedzę o produkcie, projektowaniu, technologii, sprzedaży, komunikacji, danych, jakości i zrównoważonym rozwoju.

Najważniejsze kierunki rozwoju stanowisk pracy obejmują:

1. cyfryzację projektowania i przygotowania produktu;
2. rozwój projektowania 3D i wirtualnego prototypowania;
3. profesjonalizację sprzedaży internetowej i e-commerce;
4. zarządzanie danymi produktowymi;
5. wdrażanie zasad zrównoważonej mody;
6. rozwój gospodarki cyrkularnej;
7. naprawę, przeróbkę i upcykling odzieży;

8. wykorzystanie innowacyjnych materiałów tekstylnych;
9. transparentność łańcucha dostaw;
10. jakość, zgodność i bezpieczeństwo produktu;
11. rozwój doświadczenia klienta;
12. odpowiedzialną komunikację marki;
13. wykorzystanie sztucznej inteligencji w projektowaniu, sprzedaży i komunikacji.

Zaproponowane stanowiska są odpowiedzią na luki i potrzeby rozpoznane w diagnozie wejściowej 2025. Stanowią one wyjście z diagnozy, ponieważ przekładają ustalenia dotyczące wymagań rynku pracy na konkretne role zawodowe, które mogą być rozwijane w I półroczu 2026 r. w ramach działań BCU Moda Sosnowiec.

Wspólną cechą opisanych stanowisk jest konieczność łączenia kompetencji zawodowych z kompetencjami cyfrowymi, społecznymi, organizacyjnymi i środowiskowymi. Oznacza to, że przyszłe działania edukacyjne i szkoleniowe powinny być projektowane modułowo, z uwzględnieniem różnych poziomów zaawansowania oraz możliwości stopniowego rozwijania kompetencji.

Z perspektywy BCU Moda Sosnowiec opisane stanowiska mogą stanowić podstawę do przygotowania nowych kursów, szkoleń, warsztatów, materiałów edukacyjnych, efektów uczenia się oraz konsultacji z pracodawcami. Mogą być również wykorzystywane w doradztwie zawodowym, aktualizacji programów kształcenia oraz tworzeniu ścieżek rozwoju dla uczniów, studentów, osób dorosłych i pracowników branży mody.

Przedstawione opisy powinny być traktowane jako propozycje modelowe, wymagające dalszej konsultacji z pracodawcami i aktualizacji w kolejnych etapach monitorowania rynku pracy. Ich wartość polega jednak na tym, że wskazują konkretne kierunki rozwoju kompetencji i pozwalają przełożyć diagnozę wejściową na praktyczne działania edukacyjne, szkoleniowe i wdrożeniowe.

6. Rekomendacje dla wdrożenia nowych innowacyjnych stanowisk pracy w działaniach IBCM Sosnowiec

6.1. Znaczenie wdrożenia wyników wyjścia z diagnozy wejściowej

Propozycje nowych innowacyjnych stanowisk pracy przedstawione w niniejszym opracowaniu powinny zostać potraktowane jako praktyczny materiał wdrożeniowy dla Branżowego Centrum Umiejętności Moda w Sosnowcu. Ich znaczenie polega na tym, że przekładają wyniki diagnozy wejściowej 2025 na konkretne kierunki działań edukacyjnych, szkoleniowych i doradczych możliwych do realizacji w I półroczu 2026 r. oraz w kolejnych etapach funkcjonowania centrum.

Wdrożenie opisów stanowisk nie powinno ograniczać się wyłącznie do ich zamieszczenia w raporcie. Powinny one stać się narzędziem pracy wykorzystywanym przy projektowaniu szkoleń, konsultowaniu potrzeb z pracodawcami, planowaniu wyposażenia, opracowywaniu efektów uczenia się, przygotowywaniu materiałów dydaktycznych oraz wspieraniu szkół, uczelni i osób dorosłych w rozwoju kompetencji odpowiadających na potrzeby rynku.

Nowe stanowiska pracy wskazane w opracowaniu odpowiadają na najważniejsze kierunki zmian w branży mody: cyfryzację, projektowanie 3D, e-commerce, zarządzanie danymi produktowymi, zrównoważony rozwój, gospodarkę cyrkularną, jakość, transparentność łańcucha dostaw, odpowiedzialną komunikację oraz wykorzystanie sztucznej inteligencji. Z tego względu ich wdrożenie powinno mieć charakter etapowy, konsultacyjny i praktyczny.

6.2. Rekomendacja 1. Konsultacja wykazu stanowisk z pracodawcami

Pierwszym rekomendowanym działaniem jest przeprowadzenie konsultacji wykazu nowych innowacyjnych stanowisk pracy z pracodawcami branży mody. Konsultacje powinny służyć weryfikacji, czy zaproponowane stanowiska odpowiadają rzeczywistym potrzebom przedsiębiorstw oraz czy ich nazwy, zakresy zadań i wymagania kompetencyjne są zrozumiałe dla rynku.

Konsultacje mogą być prowadzone w formie:

1. spotkań eksperckich z pracodawcami;
2. warsztatów branżowych;
3. krótkich ankiet walidacyjnych;
4. wywiadów z przedstawicielami firm;
5. paneli konsultacyjnych z udziałem szkół, uczelni i przedsiębiorstw;
6. analizy uwag zgłaszanych przez partnerów BCU Moda Sosnowiec.

W ramach konsultacji warto zweryfikować w szczególności:

1. czy wskazane stanowiska występują już w przedsiębiorstwach;
2. czy są to stanowiska samodzielne, czy raczej zakresy obowiązków przypisane do innych ról;

3. jakie nazwy stanowisk są najbardziej zrozumiałe dla pracodawców;
4. jakie zadania zawodowe są najważniejsze;
5. jakie kompetencje są niezbędne na poziomie podstawowym, średniozaawansowanym i zaawansowanym;
6. które stanowiska powinny zostać objęte szkoleniami w pierwszej kolejności;
7. które stanowiska mogą być podstawą do tworzenia kwalifikacji lub dodatkowych umiejętności zawodowych.

Efektom konsultacji powinno być doprecyzowanie wykazu stanowisk oraz wskazanie priorytetów wdrożeniowych dla BCU Moda Sosnowiec.

6.3. Rekomendacja 2. Opracowanie kart stanowisk pracy

Drugim rekomendowanym działaniem jest przygotowanie kart stanowisk pracy dla każdej z zaproponowanych ról. Karta stanowiska powinna być krótszą, bardziej użytkową wersją opisu zawartego w niniejszym opracowaniu. Powinna nadawać się do wykorzystania przez szkoły, uczelnie, doradców zawodowych, pracodawców, uczestników szkoleń i osoby planujące rozwój zawodowy.

Każda karta stanowiska powinna zawierać:

1. nazwę stanowiska;
2. krótką charakterystykę stanowiska;
3. główne zadania zawodowe;
4. wymagane kwalifikacje lub przygotowanie;
5. wymagane umiejętności zawodowe;
6. kompetencje cyfrowe;
7. kompetencje miękkie i organizacyjne;
8. kompetencje związane ze zrównoważonym rozwojem;
9. przykładowe miejsca pracy;
10. możliwe ścieżki rozwoju;
11. rekomendowane szkolenia BCU Moda Sosnowiec;
12. powiązanie z trendami i potrzebami rynku.

Karty stanowisk mogą być wykorzystywane jako załączniki do raportu, materiały informacyjne na stronie internetowej BCU, element doradztwa zawodowego, podstawa konsultacji z pracodawcami lub narzędzie pomocnicze przy projektowaniu kursów.

6.4. Rekomendacja 3. Przełożenie opisów stanowisk na efekty uczenia się

Kolejnym krokiem powinno być przełożenie opisów nowych innowacyjnych stanowisk pracy na efekty uczenia się. Jest to konieczne, aby propozycje stanowisk mogły zostać praktycznie wykorzystane w kursach, szkoleniach, warsztatach i programach edukacyjnych.

Efekty uczenia się powinny określać, co uczestnik szkolenia wie, rozumie i potrafi wykonać po zakończeniu danej formy kształcenia. Powinny być sformułowane w sposób konkretny, możliwy do sprawdzenia i powiązany z realnymi zadaniami zawodowymi.

Przykładowo, dla stanowiska projektanta mody cyfrowej efekty uczenia się mogą obejmować:

1. rozpoznawanie możliwości zastosowania narzędzi cyfrowych w projektowaniu odzieży;
2. przygotowanie cyfrowej koncepcji produktu;
3. dobór materiałów i kolorystyki w środowisku cyfrowym;
4. przygotowanie prostej dokumentacji projektowej;
5. przedstawienie projektu w formie prezentacji cyfrowej;
6. ocenę wpływu cyfrowego projektowania na ograniczanie liczby fizycznych prototypów.

Dla stanowiska specjalisty ds. zrównoważonej mody efekty uczenia się mogą obejmować:

1. wyjaśnienie podstawowych zasad zrównoważonej mody;
2. identyfikację możliwości ograniczania strat materiałowych;
3. ocenę trwałości i funkcjonalności produktu;
4. wskazanie zasad odpowiedzialnego doboru materiałów;
5. przygotowanie rekomendacji dotyczących komunikacji środowiskowej;
6. rozpoznawanie ryzyka komunikacji nieprecyzyjnej lub pozornej.

Takie podejście pozwoli przejść od ogólnych opisów stanowisk do konkretnych programów kształcenia.

6.5. Rekomendacja 4. Opracowanie modułowej oferty szkoleniowej

BCU Moda Sosnowiec powinno rozwijać ofertę szkoleniową w układzie modułowym. Oznacza to, że szkolenia nie muszą od razu obejmować pełnego przygotowania do całego stanowiska, lecz mogą rozwijać wybrane kompetencje potrzebne na kilku stanowiskach jednocześnie.

Modułowy układ szkoleń jest szczególnie przydatny w przypadku nowych innowacyjnych stanowisk, ponieważ wiele z nich łączy kompetencje z różnych obszarów. Jedna osoba może potrzebować przede wszystkim kompetencji cyfrowych, inna kompetencji środowiskowych, a jeszcze inna umiejętności komunikacyjnych lub organizacyjnych.

Rekomendowane moduły szkoleniowe obejmują:

1. cyfrowe projektowanie mody;
2. projektowanie 3D i wirtualne prototypowanie;
3. podstawy e-commerce w branży mody;
4. zarządzanie danymi produktowymi;
5. tworzenie opisów produktów i komunikacji online;
6. zrównoważona moda i gospodarka cyrkularna;
7. naprawa, przeróbka i upcykling odzieży;
8. innowacyjne materiały tekstylne;
9. transparentność łańcucha dostaw;
10. kontrola jakości i zgodność produktu;
11. visual merchandising i doświadczenie klienta;
12. komunikacja odpowiedzialnej marki;
13. praktyczne wykorzystanie sztucznej inteligencji w branży mody.

Każdy moduł powinien mieć określony poziom zaawansowania, czas trwania, grupę docelową, efekty uczenia się, formy pracy praktycznej i sposób sprawdzenia osiągniętych kompetencji.

6.6. Rekomendacja 5. Przygotowanie ścieżek rozwoju kompetencji

Na podstawie opisów nowych innowacyjnych stanowisk pracy BCU Moda Sosnowiec może przygotować ścieżki rozwoju kompetencji. Ścieżki te powinny pokazywać, w jaki sposób osoba posiadająca tradycyjne przygotowanie zawodowe może rozwijać się w kierunku nowych ról zawodowych.

Przykładowe ścieżki rozwoju mogą obejmować:

1. od projektanta mody do projektanta mody cyfrowej;
2. od konstruktora odzieży do specjalisty ds. wirtualnego prototypowania;
3. od sprzedawcy lub doradcy klienta do specjalisty ds. e-commerce;
4. od pracownika administracji sprzedaży do specjalisty ds. danych produktowych;
5. od technologa odzieży do specjalisty ds. zrównoważonej mody;
6. od krawca do specjalisty ds. naprawy, przeróbki i upcyklingu;
7. od kontrolera jakości do specjalisty ds. zgodności, jakości i bezpieczeństwa produktu;
8. od marketera lub specjalisty e-commerce do specjalisty ds. komunikacji odpowiedzialnej marki;

9. od osoby pracującej w sprzedaży do specjalisty ds. visual merchandisingu i doświadczenia klienta;
10. od pracownika działu marketingu lub produktu do specjalisty ds. wykorzystania sztucznej inteligencji w modzie.

Takie ścieżki mogą być szczególnie przydatne w pracy z osobami dorosłymi, absolwentami szkół i uczelni, pracownikami firm oraz osobami planującymi zmianę lub rozwój zawodowy.

6.7. Rekomendacja 6. Pilotaż szkoleń dla wybranych stanowisk

Zaleca się, aby BCU Moda Sosnowiec rozpoczęło wdrażanie opisów stanowisk od pilotażu wybranych szkoleń. Pilotaż pozwoli sprawdzić, które obszary cieszą się największym zainteresowaniem, jakie kompetencje są najtrudniejsze do rozwinięcia oraz jak pracodawcy oceniają przydatność proponowanych treści.

W pierwszej kolejności rekomenduje się pilotaż szkoleń dotyczących:

1. projektowania cyfrowego i 3D;
2. e-commerce w branży mody;
3. zarządzania danymi produktowymi;
4. zrównoważonej mody i gospodarki cyrkularnej;
5. naprawy, przeróbki i upcyklingu odzieży;
6. kontroli jakości i zgodności produktu;
7. komunikacji odpowiedzialnej marki;
8. praktycznego wykorzystania sztucznej inteligencji w branży mody.

Pilotaż powinien zakończyć się ewaluacją, obejmującą opinie uczestników, trenerów, pracodawców i przedstawicieli BCU Moda Sosnowiec. Wyniki ewaluacji powinny zostać wykorzystane do poprawy programów oraz dalszego doprecyzowania opisów stanowisk.

6.8. Rekomendacja 7. Włączenie pracodawców w proces wdrożenia

Wdrożenie nowych innowacyjnych stanowisk pracy nie będzie skuteczne bez udziału pracodawców. To pracodawcy najlepiej wiedzą, jakie zadania są rzeczywiście wykonywane w przedsiębiorstwach, jakie kompetencje są potrzebne i jakie luki występują u kandydatów do pracy.

Rekomenduje się, aby pracodawcy byli włączani w:

1. konsultowanie nazw stanowisk;
2. doprecyzowanie zakresu zadań;
3. ocenę wymaganych kompetencji;
4. prowadzenie zajęć praktycznych;

5. organizację wizyt studyjnych;
6. przygotowanie case studies;
7. ocenę programów szkoleń;
8. udział w egzaminach lub sprawdzianach kompetencji;
9. udzielanie informacji zwrotnej uczestnikom;
10. aktualizację opisów stanowisk w kolejnych etapach.

Współpraca z pracodawcami pozwoli uniknąć tworzenia opisów oderwanych od realiów rynku pracy. Dzięki temu proponowane stanowiska będą miały większą wartość praktyczną i wdrożeniową.

6.9. Rekomendacja 8. Wykorzystanie opisów stanowisk w doradztwie zawodowym

Opisy nowych innowacyjnych stanowisk pracy mogą być wykorzystywane w doradztwie zawodowym prowadzonym dla uczniów, studentów, absolwentów, osób dorosłych i pracowników branży. Mogą pomóc w pokazaniu, że branża mody oferuje znacznie szersze możliwości rozwoju niż tradycyjnie rozumiane projektowanie i szycie.

W doradztwie zawodowym warto wykorzystywać:

1. karty stanowisk pracy;
2. ścieżki rozwoju kompetencji;
3. przykłady zadań zawodowych;
4. opisy wymaganych kompetencji;
5. informacje o możliwych miejscach pracy;
6. powiązanie stanowisk z trendami branżowymi;
7. przykłady kursów i szkoleń BCU Moda Sosnowiec;
8. informacje o możliwościach przekwalifikowania lub rozwoju zawodowego.

Takie podejście może zwiększyć atrakcyjność branży mody dla młodych osób oraz pokazać osobom dorosłym konkretne możliwości rozwoju i zmiany ścieżki zawodowej.

6.10. Rekomendacja 9. Aktualizacja opisów stanowisk w cyklu corocznym

Opisy nowych innowacyjnych stanowisk pracy powinny być regularnie aktualizowane. Branża mody zmienia się dynamicznie, dlatego opisy przygotowane na podstawie diagnozy wejściowej 2025 i zakresu I półrocza 2026 r. powinny być traktowane jako punkt wyjścia, a nie jako zamknięty katalog.

Rekomenduje się, aby aktualizacja opisów obejmowała:

1. analizę nowych ofert pracy;
2. konsultacje z pracodawcami;

3. monitorowanie nowych technologii;
4. analizę zmian w e-commerce;
5. obserwację trendów dotyczących zrównoważonego rozwoju;
6. identyfikację nowych kompetencji cyfrowych;
7. weryfikację przydatności szkoleń;
8. analizę opinii uczestników kursów;
9. aktualizację nazw stanowisk;
10. dopisywanie nowych ról zawodowych, które pojawią się na rynku.

Coroczna aktualizacja pozwoli utrzymać praktyczną wartość opisów stanowisk i zapewni ich zgodność z potrzebami rynku pracy.

6.11. Rekomendacja 10. Budowa bazy wiedzy o nowych stanowiskach pracy

BCU Moda Sosnowiec może stworzyć bazę wiedzy o nowych stanowiskach pracy w branży mody. Baza taka mogłaby zawierać opisy stanowisk, wymagane kompetencje, przykłady zadań, rekomendowane szkolenia, ścieżki rozwoju oraz materiały edukacyjne.

Baza wiedzy mogłaby być wykorzystywana przez:

1. uczniów i studentów;
2. osoby dorosłe zainteresowane rozwojem zawodowym;
3. nauczycieli i wykładowców;
4. doradców zawodowych;
5. pracodawców;
6. trenerów i instruktorów;
7. szkoły zawodowe i technika;
8. uczelnie;
9. partnerów BCU Moda Sosnowiec;
10. instytucje rynku pracy.

Taka baza mogłaby być rozwijana stopniowo i aktualizowana wraz z kolejnymi edycjami badań oraz konsultacji z rynkiem.

6.12. Podsumowanie rekomendacji wdrożeniowych

Wdrożenie nowych innowacyjnych stanowisk pracy w działaniach BCU Moda Sosnowiec powinno mieć charakter praktyczny, etapowy i konsultacyjny. Najważniejsze jest przełożenie opisów stanowisk na konkretne działania: szkolenia, kursy, efekty uczenia się, doradztwo zawodowe, współpracę z pracodawcami i aktualizację oferty edukacyjnej.

Najważniejsze rekomendacje obejmują:

1. konsultację wykazu stanowisk z pracodawcami;
2. opracowanie kart stanowisk pracy;
3. przełożenie opisów stanowisk na efekty uczenia się;
4. przygotowanie modułowej oferty szkoleniowej;
5. opracowanie ścieżek rozwoju kompetencji;
6. pilotaż szkoleń dla wybranych stanowisk;
7. włączenie pracodawców w proces wdrożenia;
8. wykorzystanie opisów stanowisk w doradztwie zawodowym;
9. coroczną aktualizację opisów stanowisk;
10. budowę bazy wiedzy o nowych stanowiskach pracy.

Realizacja tych działań pozwoli wykorzystać wyjście z diagnozy wejściowej 2025 jako praktyczne narzędzie wspierające rozwój kompetencji w branży mody. Dzięki temu BCU Moda Sosnowiec może wzmacniać swoją rolę jako centrum wiedzy, współpracy i innowacyjnego kształcenia odpowiadającego na potrzeby rynku pracy.

7. Wnioski końcowe z wyjścia z diagnozy wejściowej 2025

7.1. Charakter wyjścia z diagnozy wejściowej

Niniejsze opracowanie stanowi wyjście z diagnozy wejściowej 2025, ukierunkowanej na rozpoznanie wymagań stanowisk pracy u pracodawców zatrudniających w branży mody. Oznacza to, że dokument nie jest odrębnym badaniem, lecz etapem wynikowym i wdrożeniowym, w którym ustalenia diagnozy zostały przełożone na propozycje nowych innowacyjnych stanowisk pracy istotnych dla rynku branży mody.

Diagnoza wejściowa pozwoliła określić, jakie stanowiska funkcjonują obecnie w branży, jakie wymagania formułują pracodawcy, jakie kompetencje są najczęściej oczekiwane oraz jakie luki występują pomiędzy przygotowaniem kandydatów a potrzebami rynku pracy. Wyjście z diagnozy wskazuje natomiast, jakie nowe lub istotnie przekształcające się role zawodowe powinny zostać uwzględnione w działaniach rozwojowych, szkoleniowych i konsultacyjnych BCU Moda Sosnowiec w I półroczu 2026 r.

Przyjęcie takiej logiki pozwala zachować ciągłość pomiędzy diagnozą a wdrożeniem. Najpierw rozpoznano stan obecny i potrzeby rynku, a następnie zaproponowano stanowiska, które mogą odpowiadać na nowe wyzwania technologiczne, środowiskowe, organizacyjne i sprzedażowe w branży mody.

7.2. Najważniejsze kierunki zmian w branży mody

Analiza przeprowadzona w ramach wyjścia z diagnozy wejściowej wskazuje, że branża mody znajduje się w procesie intensywnych zmian. Zmiany te nie dotyczą wyłącznie estetyki, trendów sezonowych czy preferencji konsumentów, ale obejmują głębsze przekształcenia w sposobie projektowania, produkcji, sprzedaży, komunikacji i zarządzania produktem.

Do najważniejszych kierunków zmian należą:

1. cyfryzacja projektowania i przygotowania produktu;
2. rozwój projektowania 3D i wirtualnego prototypowania;
3. wzrost znaczenia sprzedaży internetowej i e-commerce;
4. profesjonalizacja zarządzania danymi produktowymi;
5. rosnące znaczenie jakości, zgodności i bezpieczeństwa produktu;
6. rozwój zrównoważonej mody i gospodarki cyrkularnej;
7. potrzeba naprawy, przeróbki, upcyklingu i wydłużania cyklu życia odzieży;
8. wzrost znaczenia innowacyjnych materiałów tekstylnych;
9. potrzeba większej transparentności łańcucha dostaw;
10. rozwój komunikacji odpowiedzialnej marki;
11. wzrost znaczenia doświadczenia klienta;

12. pojawienie się możliwości praktycznego wykorzystania sztucznej inteligencji w projektowaniu, sprzedaży i komunikacji.

Wskazane kierunki zmian potwierdzają, że przyszłość branży mody będzie wymagała łączenia kompetencji tradycyjnych z nowymi kompetencjami cyfrowymi, środowiskowymi, analitycznymi i komunikacyjnymi.

7.3. Znaczenie nowych innowacyjnych stanowisk pracy

Zaproponowane w opracowaniu nowe innowacyjne stanowiska pracy są odpowiedzią na zmiany zachodzące w branży mody. Nie wszystkie z nich muszą od razu funkcjonować jako samodzielne stanowiska w każdym przedsiębiorstwie. W wielu przypadkach mogą one stanowić specjalizacje, zakresy obowiązków lub kierunki rozwoju kompetencji przypisane do stanowisk już istniejących.

Ich znaczenie polega jednak na tym, że porządkują nowe potrzeby kompetencyjne rynku. Pokazują, w jakich obszarach branża mody będzie potrzebowała nowych umiejętności, nowych narzędzi pracy i nowych sposobów organizacji działań.

Największy potencjał rozwojowy mają stanowiska związane z:

1. cyfrowym projektowaniem mody;
2. wirtualnym prototypowaniem;
3. e-commerce;
4. zarządzaniem danymi produktowymi;
5. zrównoważoną modą;
6. gospodarką cyrkularną;
7. naprawą, przeróbką i upcyklingiem;
8. innowacyjnymi materiałami;
9. transparentnością łańcucha dostaw;
10. zgodnością, jakością i bezpieczeństwem produktu;
11. visual merchandisingiem i doświadczeniem klienta;
12. odpowiedzialną komunikacją marki;
13. wykorzystaniem sztucznej inteligencji w projektowaniu i sprzedaży.

Wprowadzenie tych stanowisk do analiz, programów szkoleń i konsultacji z pracodawcami może pomóc lepiej przygotować kadry do zmieniających się warunków pracy.

7.4. Znaczenie dla IBCM Sosnowiec

BCU Moda Sosnowiec może odegrać kluczową rolę w rozwijaniu nowych innowacyjnych stanowisk pracy. Centrum może pełnić funkcję miejsca, w którym diagnoza potrzeb rynku

pracy jest przekładana na praktyczne działania edukacyjne, szkoleniowe, doradcze i wdrożeniowe.

Z perspektywy IBCM Sosnowiec najważniejsze znaczenie mają cztery funkcje.

Pierwszą jest funkcja diagnostyczna. BCU może systematycznie monitorować zmiany zachodzące w branży mody, analizować wymagania stanowiskowe, prowadzić konsultacje z pracodawcami i aktualizować opisy nowych ról zawodowych.

Drugą jest funkcja edukacyjna. BCU może przygotowywać kursy, szkolenia, warsztaty i materiały dydaktyczne rozwijające kompetencje potrzebne na nowych stanowiskach pracy.

Trzecią jest funkcja koordynacyjna. BCU może łączyć szkoły, uczelnie, pracodawców, ekspertów branżowych, nauczycieli, trenerów i osoby dorosłe zainteresowane rozwojem zawodowym.

Czwartą jest funkcja wdrożeniowa. BCU może testować nowe programy szkoleń, prowadzić pilotaże, opracowywać efekty uczenia się, tworzyć karty stanowisk i wspierać aktualizację programów kształcenia.

Dzięki tym funkcjom BCU Moda Sosnowiec może stać się ważnym centrum wiedzy o nowych kompetencjach i stanowiskach pracy w branży mody.

7.5. Znaczenie dla szkół, uczelni i pracodawców

Wyniki wyjścia z diagnozy wejściowej mogą być użyteczne nie tylko dla IBCM Sosnowiec, ale również dla szkół, uczelni i pracodawców.

Dla szkół zawodowych i techników opisy nowych stanowisk mogą stanowić materiał pomocniczy do aktualizacji treści kształcenia, planowania zajęć praktycznych, organizacji doradztwa zawodowego oraz rozwijania współpracy z pracodawcami. Pokazują one, że uczniowie powinni rozwijać nie tylko tradycyjne umiejętności zawodowe, ale również kompetencje cyfrowe, środowiskowe, komunikacyjne i organizacyjne.

Dla uczelni opisy stanowisk mogą być punktem odniesienia przy projektowaniu zajęć praktycznych, projektów interdyscyplinarnych, programów specjalności, studiów podyplomowych i współpracy z biznesem. Szczególnie ważne jest łączenie projektowania, technologii, e-commerce, komunikacji, danych i zrównoważonego rozwoju.

Dla pracodawców dokument może być narzędziem porządkującym wymagania wobec kandydatów i pracowników. Może pomóc w lepszym opisywaniu stanowisk, przygotowywaniu ofert pracy, planowaniu rozwoju pracowników, współpracy z edukacją oraz wskazywaniu luk kompetencyjnych.

7.6. Najważniejsze rekomendacje końcowe

Na podstawie przeprowadzonego opracowania rekomenduje się, aby IBCM Sosnowiec podjęło działania w kilku kluczowych obszarach.

Po pierwsze, należy skonsultować wykaz nowych innowacyjnych stanowisk pracy z pracodawcami. Pozwoli to zweryfikować, które stanowiska mają największe znaczenie

praktyczne, jakie nazwy są najbardziej zrozumiałe dla rynku i które kompetencje powinny być rozwijane w pierwszej kolejności.

Po drugie, warto opracować karty stanowisk pracy, które będą krótkimi i użytkowymi opisami nowych ról zawodowych. Karty te mogą być wykorzystywane w doradztwie zawodowym, szkoleniach, konsultacjach i współpracy z edukacją.

Po trzecie, należy przełożyć opisy stanowisk na efekty uczenia się. Dopiero wtedy będzie możliwe projektowanie konkretnych kursów, szkoleń i warsztatów odpowiadających na potrzeby rynku.

Po czwarte, rekomenduje się przygotowanie modułowej oferty szkoleniowej, obejmującej m.in. projektowanie cyfrowe, wirtualne prototypowanie, e-commerce, dane produktowe, zrównoważoną modę, gospodarkę cyrkularną, upcykling, jakość, komunikację odpowiedzialnej marki i wykorzystanie sztucznej inteligencji.

Po piąte, należy pilotażowo uruchomić wybrane szkolenia i poddać je ewaluacji. Pozwoli to sprawdzić, które tematy są najbardziej potrzebne, jak uczestnicy oceniają przydatność zajęć oraz jakie korekty należy wprowadzić.

Po szóste, opisy stanowisk powinny być aktualizowane cyklicznie, najlepiej w powiązaniu z kolejnymi edycjami badań środowiska pracy, analizą ofert zatrudnienia i konsultacjami z pracodawcami.

7.7. Wniosek końcowy

Wyjście z diagnozy wejściowej 2025 wskazuje, że branża mody potrzebuje nowych sposobów opisywania stanowisk pracy i kompetencji. Tradycyjne role zawodowe nadal pozostają ważne, jednak coraz częściej są uzupełniane przez nowe specjalizacje związane z cyfryzacją, e-commerce, danymi produktowymi, zrównoważonym rozwojem, jakością, transparentnością i komunikacją z klientem.

Propozycje nowych innowacyjnych stanowisk pracy przygotowane w niniejszym opracowaniu stanowią praktyczną odpowiedź na te zmiany. Pokazują, jakie kompetencje powinny być rozwijane w I półroczu 2026 r. oraz w kolejnych działaniach IBCM Sosnowiec.

Najważniejsze znaczenie dokumentu polega na tym, że łączy diagnozę z działaniem. Nie ogranicza się do wskazania problemów i trendów, ale proponuje konkretne stanowiska, kierunki szkoleń, obszary rozwoju kompetencji i rekomendacje wdrożeniowe. Dzięki temu może stanowić podstawę do dalszych prac IBCM Sosnowiec nad nowoczesną, praktyczną i odpowiadającą na potrzeby rynku ofertą edukacyjną oraz szkoleniową w branży mody.

Bibliografia i źródła pomocnicze

1. Barometr Zawodów. (2025). *Barometr Zawodów 2025. Prognozy zapotrzebowania na pracowników*. Dostęp: <https://barometrzwodow.pl/>
2. CEDEFOP. (2020). *Vocational education and training in Europe: The challenges of integration with the labour market*. Publications Office of the European Union. Dostęp: <https://www.cedefop.europa.eu/>

3. CEDEFOP. (2021). *The role of apprenticeships in work-based learning: European approaches and best practices*. Publications Office of the European Union. Dostęp: <https://www.cedefop.europa.eu/>
4. CEDEFOP. (2025). *Vocational education and training in Poland*. Publications Office of the European Union. Dostęp: <https://www.cedefop.europa.eu/en/publications/4221>
5. Ellen MacArthur Foundation. (2017). *A new textiles economy: Redesigning fashion's future*. Ellen MacArthur Foundation. Dostęp: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy>
6. European Commission. (2022). *EU strategy for sustainable and circular textiles*. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, COM(2022) 141 final. Dostęp: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX:52022DC0141>
7. European Commission. (2022). *EU strategy for sustainable and circular textiles – Questions and Answers*. Dostęp: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/qanda_22_2015
8. European Environment Agency. (2024). *Management of used and waste textiles in Europe's circular economy*. European Environment Agency. Dostęp: <https://www.eea.europa.eu/en/analysis/publications/management-of-used-and-waste-textiles-in-europes-circular-economy>
9. European Skills, Competences, Qualifications and Occupations. (2026). *ESCO classification: occupations, skills and competences*. European Commission. Dostęp: <https://esco.ec.europa.eu/>
10. Fashion Revolution. (2024). *Fashion Transparency Index 2024*. Dostęp: <https://www.fashionrevolution.org/>
11. Ministerstwo Edukacji Narodowej. (2019). *Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 15 lutego 2019 r. w sprawie ogólnych celów i zadań kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego oraz klasyfikacji zawodów szkolnictwa branżowego*. Dz.U. 2019 poz. 316.
12. Ministerstwo Edukacji Narodowej. (2019). *Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 16 maja 2019 r. w sprawie podstaw programowych kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego oraz dodatkowych umiejętności zawodowych w zakresie wybranych zawodów szkolnictwa branżowego*. Dz.U. 2019 poz. 991.
13. Ministerstwo Edukacji. (2024). *Obwieszczenie Ministra Edukacji z dnia 19 marca 2024 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej w sprawie ogólnych celów i zadań kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego oraz klasyfikacji zawodów szkolnictwa branżowego*. Dz.U. 2024 poz. 611.
14. OECD. (2020). *Strengthening vocational education and training for the future of work*. Paris: OECD Publishing. Dostęp: <https://www.oecd.org/>
15. Ośrodek Rozwoju Edukacji. (2019). *Podstawy programowe kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego – 2019*. Dostęp: <https://ore.edu.pl/2019/08/podstawa-programowa-ksztalcenia-w-zawodach-2019/>

16. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. (2022). *Branża mody i innowacyjnych tekstyliów. Branżowy Bilans Kapitału Ludzkiego – raport z I edycji badań*. Warszawa: PARP. Dostęp: <https://www.parp.gov.pl/>
17. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. (2023). *Branża mody i innowacyjnych tekstyliów – raport z II edycji badań*. Warszawa: PARP. Dostęp: <https://www.parp.gov.pl/>
18. Skills4Smart TCLF Industries 2030. (2022). *Sectoral skills strategy for the European textile, clothing, leather and footwear industries*. Erasmus+ Blueprint Project. Dostęp: <https://s4tclfbprint.eu/>
19. Sektorowa Rada ds. Kompetencji Przemysłu Mody i Innowacyjnych Tekstyliów. (2026). *Informacje o działalności Rady Sektorowej ds. Kompetencji Przemysłu Mody i Innowacyjnych Tekstyliów*. Dostęp: <https://modakompetencje.pl/>
20. World Economic Forum. (2025). *The Future of Jobs Report 2025*. Geneva: World Economic Forum. Dostęp: <https://www.weforum.org/>

Źródła pomocnicze wykorzystane do identyfikacji trendów, stanowisk i wymagań rynku pracy

1. Indeed. (2025). *Oferty pracy i opisy stanowisk w branży mody, odzieży, tekstyliów, sprzedaży i e-commerce*. Dostęp: <https://pl.indeed.com/>
2. LinkedIn Jobs. (2025). *Oferty pracy i opisy stanowisk w branży mody, sprzedaży, e-commerce, projektowania i produkcji*. Dostęp: <https://www.linkedin.com/jobs/>
3. OLX Praca. (2025). *Oferty pracy dotyczące stanowisk w branży odzieżowej, modowej i produkcyjnej*. Dostęp: <https://www.olx.pl/praca/>
4. Pracuj.pl. (2025). *Oferty pracy i opisy wymagań stanowiskowych w branży mody, sprzedaży, e-commerce, produkcji, jakości i stanowisk cyfrowych*. Dostęp: <https://www.pracuj.pl/>
5. Strony internetowe i materiały rekrutacyjne pracodawców branży mody. (2025). *Przykładowe opisy stanowisk pracy, zakresy obowiązków oraz wymagania wobec kandydatów publikowane przez przedsiębiorstwa działające w branży mody, odzieży, tekstyliów, sprzedaży, e-commerce i zrównoważonego rozwoju*.
6. Materiały Branżowego Centrum Umiejętności Moda w Sosnowcu. (2025–2026). *Wykaz nowych stanowisk zakupionych i rozwijanych w ramach działań BCU Moda Sosnowiec oraz materiały robocze dotyczące kierunków rozwoju kompetencji w branży mody*.

Źródła pomocnicze, w szczególności portale rekrutacyjne oraz materiały pracodawców, zostały wykorzystane jako punkt odniesienia do identyfikacji trendów, nazw stanowisk, zakresów obowiązków oraz wymagań kompetencyjnych formułowanych na rynku pracy. Nie stanowią one zamkniętego katalogu stanowisk, lecz materiał wspierający przygotowanie propozycji nowych innowacyjnych ról zawodowych istotnych dla branży mody.