



# KUPIEC MODY

## FASHION BUYER

MATERIAŁY ZAWODOZNAWCZE DLA UCZNIÓW I NAUCZYCIELI

Sosnowiec 2026

## SPIS TREŚCI

WSTĘP .....	3
1. Metryczka zawodu i ogólna charakterystyka .....	3
2. Zadania i czynności zawodowe .....	4
A. zadania .....	4
B. czynności .....	4
3. Środowisko pracy i wyposażenie .....	5
3.1. Organizacja i wyposażenie stanowiska pracy. ....	5
3.2. Ergonomia pracy .....	6
3.3. Bezpieczeństwo i higiena pracy (BHP) .....	6
3.5. Narzędzia pracy kupca odzieży .....	7
3.6. Warunki psychospołeczne pracy .....	8
4. Wymagane kompetencje i kwalifikacje .....	9
4.1. Zakres kompetencji odpowiadających kwalifikacjom kupca odzieży .....	10
4.2. Kluczowe kompetencje wymagane od kupca odzieży .....	11
5. Strategia powstania produktu miodowego .....	13
5.1. Ekologia i zrównoważona moda .....	14
6. Trendy i nowoczesne technologie .....	15
7. Ścieżka kariery i perspektywy zatrudnienia .....	16
7.1. Ścieżka awansu zawodowego .....	17
7.2. Oferty pracy Kupiec / Kupczyni Mody : .....	17
8. Część praktyczna dla ucznia/nauczyciela .....	20
8.1. Przykładowy scenariusz zadania zawodowego .....	20
8.2. Pytania sprawdzające wiedzę o stanowisku. Test wiedzy o stanowisku .....	21
8.3. Pytania sprawdzające wiedzę o stanowisku .....	23
9. Słownik pojęć branżowych .....	24
10. Bibliografia i Netografia .....	27

## WSTĘP

Kupiec mody/odzieży w klasyfikacji szkolnictwa branżowego nie występuje jako odrębny zawód, jednak jego kompetencje rozwijane są w ramach kierunków związanych z modą, takich jak technik stylisty, technik przemysłu mody, a także poprzez kursy specjalistyczne, szkolenia branżowe oraz studia związane z projektowaniem i marketingiem.

Jego celem jest zarówno wsparcie klienta w wyborze odpowiednich produktów, jak i zwiększenie satysfakcji z zakupów oraz budowanie pozytywnego wizerunku marki.

## 1. METRYCZKA ZAWODU I OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA

Kupiec Mody, znany także jako Fashion Buyer, to jedna z kluczowych postaci w branży fashion. Ma duży wpływ na ubrania, które spotykamy na co dzień w salonach odzieżowych.

Misją kupca odzieży jest zapewnienie, aby gotowy produkt mody trafił do właściwego klienta i odpowiadał na potrzeby rynku.

Kupiec odzieży jest zawodem rynkowym, rozwijanym głównie poza formalnym systemem edukacji zawodowej, który opiera się na praktycznych umiejętnościach, doświadczeniu oraz ciągłym doskonaleniu wiedzy z zakresu mody, wizerunku, marketingu i sprzedaży.

Kupiec odzieży wpływa na to, jakie produkty zostaną wprowadzone do sprzedaży - wybiera kolekcje na podstawie trendów, analiz rynku i preferencji klientów.

Kupiec Mody zajmuje się zamawianiem tkanin oraz materiałów pod konkretne projekty i kolekcje mody. Wymaga to od niego szeregu umiejętności. Przede wszystkim znajomości trendów, analizy rynkowej i dokładnego researchu. Fashion Buyerzy często jeżdżą na targi i podobne wydarzenia w poszukiwaniu nowych ofert, produktów oraz producentów.

Praca kupca mody opiera się też na umiejętnościach negocjacyjnych. Im lepszą jakość tkanin w ustalonym zakresie cenowym uda mu się zamówić, tym atrakcyjniej będą prezentować się ubrania w sklepach.

Dużą częścią jego zadań jest również koordynacja procesu produkcji odzieży - od projektu do momentu trafenienia kolekcji do salonu. To właśnie Kupiec Mody jest odpowiedzialny za ustalanie terminów, dbanie o jakość sprowadzanych materiałów oraz organizację pracy w szwalniach.

## 2. ZADANIA I CZYNNOŚCI ZAWODOWE

Praca kupca odzieży obejmuje działania związane z wyborem, przygotowaniem i sprzedażą produktów modowych. Do najważniejszych zadań i czynności zawodowych zaliczamy:

Tabela 1.<sup>1</sup>

A.ZADANIA	B.CZYNNOŚCI
<b>1.Analiza Rynku i Planowanie Kolekcji</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ <b>Monitorowanie trendów:</b> Śledzenie światowych wybiegów, mediów społecznościowych oraz prognoz trendów (np. WGSN).</li> <li>⇒ <b>Analiza danych sprzedażowych:</b> Wyciąganie wniosków z wyników poprzednich sezonów (co się sprzedało, a co zostało przecenione).</li> <li>⇒ <b>Research konkurencji:</b> Regularne wizyty w salonach konkurencji i analiza ich asortymentu oraz strategii cenowej.</li> <li>⇒ <b>Selekcja asortymentu:</b> Wybór konkretnych modeli i fasonów, które stworzą spójną kolekcję odpowiadającą na potrzeby grupy docelowej.</li> </ul>
<b>2.Sourcing i Zarządzanie Surowcami</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ <b>Pozyskiwanie dostawców (Sourcing):</b> Aktywne poszukiwanie nowych producentów tkanin i dodatków krawieckich.</li> <li>⇒ <b>Udział w targach branżowych:</b> Wyjazdy na międzynarodowe wydarzenia (np. Premiere Vision w Paryżu) w celu kontraktowania materiałów.</li> <li>⇒ <b>Dobór tkanin i komponentów:</b> Zamawianie materiałów pod konkretne projekty, z uwzględnieniem ich parametrów technicznych i estetycznych.</li> <li>⇒ <b>Kontrola jakości:</b> Weryfikacja próbek materiałów przed złożeniem zamówienia masowego.</li> </ul>
<b>3.Negocjacje i Zarządzanie Budżetem</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ <b>Negocjacje handlowe:</b> Ustalanie korzystnych cen zakupu, terminów</li> </ul>

<sup>1</sup> Opracowanie własne.

	<p>płatności oraz warunków dostaw z fabrykami i hurtowniami.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ <b>Optymalizacja kosztów (Margin management):</b> Dbanie o to, aby koszt wytworzenia produktu pozwalał na uzyskanie satysfakcjonującej marży przy zachowaniu atrakcyjnej ceny detalicznej.</li> <li>⇒ <b>Budżetowanie:</b> Zarządzanie „open-to-buy” (OTB), czyli środkami finansowymi przeznaczonymi na zakup towaru w danym okresie.</li> </ul>
<p><b>4. Koordynacja Produkcji i Logistyka</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ <b>Harmonogramowanie:</b> Ustalanie terminów krytycznych dla poszczególnych etapów produkcji (tzw. Time &amp; Action Calendar).</li> <li>⇒ <b>Współpraca ze szwalniami:</b> Organizacja i nadzór nad zleceniami produkcyjnymi, komunikacja z podwykonawcami.</li> <li>⇒ <b>Nadzór nad procesem "od projektu do wieszaka":</b> Monitorowanie postępów prac, od zatwierdzenia pierwowzorów (samples) po transport gotowych ubrań do magazynu.</li> </ul>

Ścieżka pracy kupca odzieży obejmuje cały proces: od analizy trendów i wyboru kolekcji, przez przygotowanie sprzedaży i ocenę wyników rynku.

Praca Kupca Mody to nieustanne przemieszczanie się między biurem (tabelki w Excelu), pracownią projektową (estetyka) a terenem (targi i szwalnie). Sukces w tym zawodzie mierzy się trafnością prognoz i wskaźnikami sprzedaży.

### 3. ŚRODOWISKO PRACY I WYPOSAŻENIE

To stanowisko pracy /zawód, w którym ergonomia i estetyka przestrzeni sklepowej mają duże znaczenie dla jakości pracy stylisty i relacji z klientem.

#### 3.1. ORGANIZACJA I WYPOSAŻENIE STANOWISKA PRACY.

Stanowisko pracy stylisty - doradcy klienta jest zróżnicowane może obejmować: przestrzeń w sklepach odzieżowych (sieciowe i premium), butik, centra handlowe, salony marek modowych lub środowisko pracy online.

✓ Podstawowe elementy stanowiska:

lustro (najczęściej pełnowymiarowe)

wieszak lub stojak na ubrania

miejsce do przymiarek

odpowiednie oświetlenie

przestrzeń do pracy z klientem (rozmowa, analiza)

✓ Organizacja przestrzeni:

zachowanie porządku w ubraniach i dodatkach

czytelne rozmieszczenie elementów garderoby na wieszakach

łatwy dostęp do narzędzi pracy

zapewnienie komfortu klientowi (przestrzeń w przymierzalni, prywatność)

### 3.2. ERGONOMIA PRACY

Ergonomia w pracy stylisty - doradcy klienta polega na dostosowaniu warunków pracy do potrzeb człowieka.

✓ Stylista powinien:

pracować w pozycji wygodnej (unikanie długotrwałego schylania się)

dostosować wysokość wieszaków i półek

korzystać z odpowiedniego oświetlenia (naturalnego lub sztucznego)

robić przerwy podczas dłuższej pracy.

### 3.3 BEZPIECZEŃSTWO I HIGIENA PRACY (BHP)

Mimo że zawód stylisty - doradcy klienta nie należy do prac fizycznie niebezpiecznych, obowiązują podczas pracy podstawowe zasady BHP:

✓ Bezpieczeństwo pracy:

utrzymanie porządku (brak rozrzuconych ubrań, kabli)

unikanie poślizgnięć i potknięć

bezpieczne korzystanie z wyposażenia (np. drabinki, stojaki, półki sklepowe)

✓ Higiena pracy:

estetyczny i czysty wygląd miejsca pracy

dbałość o higienę osobistą

kontakt z czystą odzieżą

✓ Komfort klienta:

zapewnienie prywatności podczas przymiarek

odpowiednia temperatura pomieszczenia

przyjazna atmosfera podczas obsługi w sklepie.

### 3.5 NARZĘDZIA PRACY KUPCA ODZIEŻY

**Narzędzia stylizacyjne:** zestawy ubrań i dodatków

**Narzędzia pomocnicze:** miarka krawiecka, agrafki i klipsy (do szybkich dopasowań)

**Urządzenia sprzedażowe i płatnicze:**

Komputer kasowy z monitorem dotykowym, na którym rejestruje się sprzedaż i zarządza transakcjami.

Terminal płatniczy: Niezbędny do obsługi kart płatniczych, płatności telefonem (NFC) oraz BLIK-a.

Drukarka fiskalna: Urządzenie generujące paragony oraz raporty dobowe.

Skaner kodów kreskowych: Czytnik (stacjonarny lub ręczny), który błyskawicznie identyfikuje produkt i jego cenę.

**Urządzenia do zarządzania towarem**

Kolektor danych (Inwentaryzator): Przenośne urządzenie z ekranem, służące do sprawdzania stanów magazynowych, przyjmowania dostaw oraz robienia inwentaryzacji.

Drukarka etykiet i cen: Małe urządzenie do drukowania nowych cenówek, naklejek z kodami kreskowymi lub oznaczeń promocyjnych.

Odklejacz/Rozmagnesowywacz klipsów: Narzędzie (często wbudowane w ladę) służące do zdejmowania zabezpieczeń antykradzieżowych z ubrań.

**Urządzenia pielęgnacyjne i porządkowe**

Parownica do ubrań (Steamer): Kluczowe urządzenie w salonach odzieżowych, służące do szybkiego prasowania ubrań na wieszakach przed wystawieniem ich na salę.

Golarka do ubrań: Używana sporadycznie do odświeżania odzieży z delikatnych dzianin.

### Komunikacja i bezpieczeństwo

Radiotelefon (Walkie-talkie): Zestaw słuchawkowy, który pozwala sprzedawcom na szybką komunikację między halą sprzedażową a magazynem.

Bramki antykradzieżowe: Systemy przy wyjściu, które reagują na niezdjęte zabezpieczenia towaru.



#### DLA UCZNIĄ - ZASTANÓW SIĘ:

*KTÓRE UMIEJĘTNOŚCI SĄ WAŻNIEJSZE W SKLEPIE: SPRZEDAŻ CZY STYLIZACJA?  
CZY TEN ZAWÓD BARDZIEJ PRZYPOMINA PRACĘ SPRZEDAWCY CZY STYLISTY?*

## 3.6 WARUNKI PSYCHOSPOŁECZNE PRACY

Praca stylisty - doradcy klienta opiera się na intensywnym kontakcie interpersonalnym, który wymaga wysokiego poziomu empatii, cierpliwości oraz umiejętności aktywnego słuchania, aby trafnie odczytać potrzeby klienta. Specyfika tego zawodu wiąże się z dużą odpowiedzialnością za samopoczucie i samoocenę innych, co w połączeniu z koniecznością ciągłej ekspozycji społecznej może prowadzić do obciążenia psychicznego. To zawód dla osób odpornych na stres, komunikatywnych i otwartych.



#### DLA UCZNIĄ ODPOWIEDZ SOBIE NA PYTANIA

*CZY LUBISZ KONTAKT Z LUDŹMI? CZY RADZISZ SOBIE W SYTUACJACH STRESOWYCH? CZY POTRAFISZ PODEJMOWAĆ SZYBKO DECYZJE?*

#### 4. WYMAGANE KOMPETENCJE I KWALIFIKACJE

Kupiec - sprzedawca odzieży nie występuje jako odrębny zawód w podstawie programowej kształcenia zawodowego, dlatego nie posiada formalnie wyodrębnionych kwalifikacji.

Jednak kompetencje stylisty są rozwijane w ramach kwalifikacji przypisanych do zawodów pokrewnych, głównie związanych z branżą mody.

Kwalifikacje powiązane ze stanowiskiem:

Umiejętności kupca - sprzedawcy odzieży wynikają przede wszystkim z kwalifikacji realizowanych w zawodach takich jak:

##### ✓ Technik stylisty

Symbol cyfrowy: 311946.

Kwalifikacje:

MOD.03. Projektowanie i wytwarzanie wyrobów odzieżowych.

MOD.15. Stylizacja ubioru i kreacja wizerunku.<sup>2</sup>

W ramach tego zawodu uczeń zdobywa wiedzę i umiejętności z zakresu:

Projektowanie i szycie odzieży (konstruowanie, modelowanie).

Kreowanie indywidualnego wizerunku (dobór stroju, fryzury, makijażu).

Analiza kolorystyczna i korygowanie sylwetki.

##### ✓ Technik przemysłu mody

Symbol cyfrowy: 311941.

Kwalifikacje:

MOD.03. Projektowanie i wytwarzanie wyrobów odzieżowych.

MOD.11. Organizacja procesów wytwarzania wyrobów odzieżowych.<sup>3</sup>

W ramach tego zawodu uczeń zdobywa wiedzę i umiejętności z zakresu:

projektowanie wyrobów odzieżowych

<sup>2</sup> Rozporządzenie Ministra Edukacji i Nauki z dnia 13 sierpnia 2021 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie podstaw programowych kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego oraz dodatkowych umiejętności zawodowych w zakresie wybranych zawodów szkolnictwa branżowego (Dz.U. z 2021 r. poz. 1562)

<sup>3</sup> 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. z 2019 r. poz. 991](#))

dobór materiałów i dodatków  
przygotowanie kolekcji odzieży  
podstawy stylizacji i kompozycji ubioru.

Umiejętności potrzebne w tym zawodzie mogą być rozwijane w ramach pokrewnych kwalifikacji :

✓ **TECHNIK HANDLOWIEC<sup>4</sup>**

Symbol cyfrowy zawodu 522305

**KWALIFIKACJE WYODRĘBNIONE W ZAWODZIE**

HAN.01. Prowadzenie sprzedaży

HAN.02. Prowadzenie działań handlowych

W ramach tego zawodu uczeń zdobywa wiedzę i umiejętności z zakresu:

wykonywania prac związanych z obsługą klientów oraz realizacją transakcji kupna i sprzedaży,

przyjmowania dostaw oraz przygotowywania towarów do sprzedaży;

planowania działań sprzedażowych i monitorowanie ich efektów,

organizowania i prowadzenia działań handlowych,

aktywnej komunikacji z klientem biznesowym.



**DLA UCZNIĄ ZASTANÓW SIĘ:**

*KTÓRE UMIEJĘTNOŚCI SĄ WAŻNIEJSZE W SKLEPIE: SPRZEDAŻ CZY STYLIZACJA? CZY BARDZIEJ ODPOWIADA CI ZAWÓD HANDLOWY CZY MODOWY?*

#### 4.1 ZAKRES KOMPETENCJI ODPOWIADAJĄCYCH KWALIFIKACJOM KUPCA ODZIEŻY

W oparciu o podstawę programową można wyróżnić obszary, które odpowiadają pracy kupca mody łączy on kompetencje zawodów handlowych i modowych. :

- Współpraca z zagranicznymi producentami mody
- Selekcja oraz pozyskiwanie nowych marek odzieży, obuwia oraz akcesoriów

<sup>4</sup> 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. z 2019 r. poz. 991](#))

- Uczestnictwo w kontraktacjach/selekcja nowych kolekcji;
- Kontrola i monitoring rynku oraz konkurencji;
- Stały kontakt z kluczowymi dostawcami;
- Planowanie oraz realizacja budżetów zakupu;
- Udział w tworzeniu strategii cenowej oraz monitoring i analiza sprzedaży;
- Uczestnictwo w targach branżowych oraz pokazach mody;
- Prowadzenie szkoleń produktowych dla personelu;
- Współpraca z pozostałymi działami w firmie (dział handlowy, dział e-commerce, magazyn, salony stacjonarne).

Zawód ten nie ma własnych kwalifikacji w systemie edukacji:

- ✓ opiera się na kwalifikacjach zawodów modowych i handlowych
- ✓ łączy wiedzę techniczną z umiejętnościami pracy z klientem
- ✓ rozwijany jest głównie poprzez praktykę i kursy specjalistyczne

Kwalifikacje stylisty doradcy klienta nie są formalnie wyodrębnione w podstawie programowej, wynikają z kompetencji zawodów pokrewnych, obejmują stylizację, analizę ubioru, obsługę klienta, handel i marketing.



**DLA UCZNIĄ JEŚLI CHCESZ ZDOBYĆ KWALIFIKACJE DO TEGO ZAWODU:**

**WYBIERZ KIERUNEK ZWIĄZANY Z MODĄ, ROZWIJAJ UMIEJĘTNOŚCI PRAKTYCZNE I KORZYSTAJ Z OFEROWANYCH KURSÓW I SZKOLEŃ**

#### 4.2 KLUCZOWE KOMPETENCJE WYMAGANE OD KUPCA ODZIEŻY

Zawód kupca mody to unikalne połączenie umysłu analityka z duszą estety. Zna ceny rynkowe wszystkich materiałów potrzebnych do uszycia kolekcji. Potrafi połączyć wizję projektanta oraz technologa z wysoką jakością i najbardziej opłacalnymi dla marki kosztami. Kupiec Mody/ Fashion Buyer, to jedno z kluczowych stanowisk w branży fashion. Ma ogromny wpływ na ubrania, które spotykamy na co dzień w salonach odzieżowych.

Zestawienie kluczowych kompetencji, wymaganych na stanowisku kupca odzieży:

##### 1. Kompetencje twarde

- ⇒ **Zaawansowana analityka danych i Excel** swobodnie operować na tabelach przestawnych i wskaźnikach KPI

- ⇒ **Znajomość materiałoznawstwa i technologii odzieży:** Rozróżnianie tkanin (naturalne, syntetyczne, sztuczne), znajomość ich gramatury oraz metod wykończenia (np. barwienie, nadruki).
- ⇒ **Biegła znajomość języka angielskiego:** To standard w komunikacji z dostawcami z Azji, Turcji czy Europy. Często wymagany jest poziom minimum B2/C1.
- ⇒ **Znajomość systemów ERP i PLM:** Obsługa programów do zarządzania cyklem życia produktu (np. SAP, Centric PLM).
- ⇒ **Ecodesign i certyfikacja:** Wiedza o standardach zrównoważonego rozwoju (np. GRS, OCS, Higg Index), aby weryfikować autentyczność deklaracji dostawców.

## 2. Kompetencje miękkie

- ⇒ **Umiejętność negocjacji:** Klucz do uzyskania lepszych cen, terminów płatności i jakości. Wymaga asertywności, ale i budowania długofalowych relacji partnerskich.
- ⇒ **Odporność na stres i presję czasu:** Branża mody pracuje w zawrotnym tempie. Opóźnienie transportu czy nagła zmiana pogody wymagają błyskawicznych decyzji pod wpływem stresu.
- ⇒ **Przewidywanie trendów (Intuicja rynkowa):** Zdolność do odróżnienia chwilowej mody od trendu, który przyniesie realny zysk. Wymaga to ciągłej obserwacji ulicy, mediów społecznościowych i konkurencji.
- ⇒ **Zmysł estetyczny:** Rozumienie proporcji, kolorystyki i konstrukcji odzieży, co pozwala ocenić, czy dany projekt „obroni się” wizerunkowo.
- ⇒ **Myślenie strategiczne:** Umiejętność patrzenia na kolekcję jako na całość (tzw. *merchandising mix*), by poszczególne elementy do siebie pasowały i tworzyły spójną historię w sklepie.



### DLA UCZNIĄ ZASTANÓW SIĘ :

**CZY LUBISZ PRACĘ Z LUDŹMI ? CZY POTRAFISZ SŁUCHAĆ I DORADZAĆ ?  
CZY DOBRZE RADZISZ SOBIE W STRESIE ?**

## 5. STRATEGIA POWSTANIA PRODUKTU MODOEGO

Kupiec Mody (Fashion Buyer) odpowiada za powstanie produktu modowego.

Etapy pracy przy powstawaniu produktu:

<b>I ETAP ANALIZA I PLANOWANIE BUDŻETU</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ <b>Analiza historyczna:</b> Sprawdzanie raportów sprzedaży z analogicznego okresu w zeszłym roku (co było bestsellerem, a co zalegało w magazynach).</li> <li>⇒ <b>Ustalenie OTB (Open-to-Buy):</b> Określenie budżetu na zakupy dla konkretnej kategorii produktowej.</li> <li>⇒ <b>Planowanie struktury kolekcji:</b> Ustalenie, ile procent kolekcji mają stanowić bazy (basic), a ile produkty trendowe (high-fashion).</li> </ul>
<b>II ETAP BADANIE TRENDÓW I SOURCING (RESEARCH)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ <b>Wizyty na targach tkanin:</b> Wyjazdy m.in. na Premiere Vision, by wybrać materiały, które będą modne i zmieszczą się w założonym koszcie.</li> <li>⇒ <b>Analiza trendów:</b> Przekładanie światowych trendów na język danej marki i potrzeby konkretnego klienta.</li> <li>⇒ <b>Wybór dostawców:</b> Decyzja, która szwalnia lub producent najlepiej zrealizuje dany typ asortymentu (np. kto najlepiej szyje kurtki, a kto dzianiny).</li> </ul>
<b>III ETAP BUDOWANIE KOLEKCJI (RANGE BUILDING)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Selekcja modeli:</b> Wybór konkretnych wzorów (sketches) przygotowanych przez projektantów. Kupiec decyduje, które z nich mają największy potencjał komercyjny.</li> <li>• <b>Ustalanie cen docelowych:</b> Określenie, za ile klient będzie mógł kupić dany produkt, i dopasowanie kosztów produkcji tak, by zachować marżę.</li> </ul>
<b>IV ETAP ROZWÓJ PRODUKTU I PRÓBKOWANIE (SAMPLING)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ <b>Zatwierdzanie próbek (Proto-samples):</b> Ocena pierwszych odszyć pod kątem kroju, koloru i jakości materiału.</li> <li>⇒ <b>Korekty:</b> Zlecenie poprawek w konstrukcji lub zmian w detalach (np. zmiana guzików na tańsze lub bardziej efektowne).</li> </ul>
<b>V ETAP SKŁADANIE ZAMÓWIEŃ (PO - PURCHASE ORDERS): OFICJALNE ZLECENIE PRODUKCJI OKREŚLONEJ LICZBY SZTUK W DANEJ ROZMIARÓWCE</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ <b>Składanie zamówień (PO - Purchase Orders):</b> Oficjalne zlecenie produkcji określonej liczby sztuk w danej rozmiarówce.</li> <li>⇒ <b>Zarządzanie terminami:</b> Monitorowanie "Time &amp; Action Calendar". Kupiec musi dopilnować, by materiały dotarły do szwalni na czas, a gotowy towar wyjechał z niej zgodnie z harmonogramem.</li> </ul>
<b>VI ETAP LOGISTYKA I WPROWADZENIE DO SPRZEDAŻY (DELIVERY &amp; LAUNCH)</b>

- ⇒ **Kontrola jakości produkcji masowej:** Sprawdzanie, czy partia towaru jest zgodna z zatwierdzonym wzorem.
- ⇒ **Współpraca z Visual Merchandisingiem (VM):** Przekazanie informacji o kluczowych produktach sezonu, aby zostały odpowiednio wyeksponowane w witrynach i wewnątrz salonów.

#### VII ETAP ANALIZA WYNIKÓW (POST-SEASON)

- ⇒ **Analiza "Sell-through":** Sprawdzanie tempa sprzedaży. Jeśli produkt sprzedaje się świetnie, kupiec może zdecydować o domówieniu (tzw. repeat). Jeśli słabo - o wcześniejszej przecenie.



#### DLA UCZNIĄ ZASTANÓW SIĘ :

*CZY LUBISZ PLANOWAĆ ETAPY PRACY ? CZY POTRAFISZ WSPÓŁPRACOWAĆ Z INNYMI ? CZY WIDZISZ EFEKT KOŃCOWY SWOJEJ PRACY ?*

### 5.1 EKOLOGIA I ZRÓWNOWAŻONA MODA.

Praca kupca odzieży ma fundamentalne znaczenie dla ekologii, ponieważ to właśnie na tym etapie zapadają decyzje o skali produkcji i rodzaju użytych surowców. Odpowiedzialny kupiec pełni rolę „strażnika”, który poprzez selekcję materiałów (np. bawełny organicznej czy poliestru z recyklingu) bezpośrednio wpływa na ślad węglowy i zużycie wody w całym łańcuchu dostaw.

Oto kluczowe aspekty tej roli w kontekście zrównoważonej mody:

- ⇒ **Ograniczanie nadprodukcji**, dzięki precyzyjnemu planowaniu asortymentu i analizie trendów, kupiec minimalizuje ryzyko powstania niesprzedanych nadwyżek, które często kończą na wysypiskach.
- ⇒ **Wybór etycznych dostawców**, kupiec weryfikując certyfikaty fabryk i warunki pracy, kupiec promuje transparentność i dba o to, by moda nie odbywała się kosztem ludzi i środowiska.
- ⇒ **Projektowanie trwałości gdzie** decydując się na wyższą jakość wykonania zamiast najniższej ceny, kupiec wspiera model *slow fashion*, wydłużając cykl życia produktu i redukując ilość odpadów tekstylnych.

Kupiec jest pomostem między projektantem, a konsumentem, a jego wybory determinują, czy marka staje się częścią problemu zanieczyszczenia planety, czy liderem pozytywnych zmian.



**DLA UCZNI** ZASTANÓW SIĘ :

*CZY WARTO KUPOWAĆ MNIEJ, ALE LEPSZEJ JAKOŚCI? CZY MODA MOŻE BYĆ PRZYJAZNA ŚRODOWISKU?*

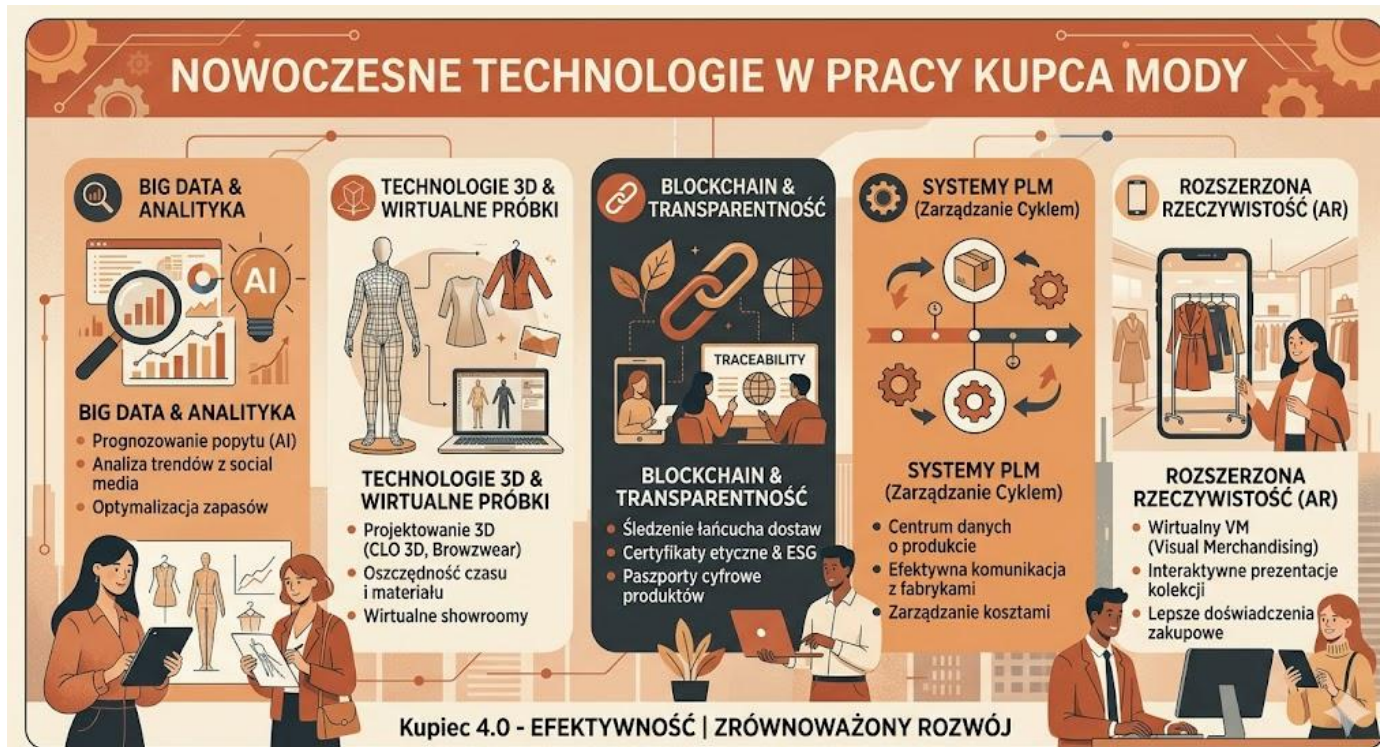
## 6. TRENDY I NOWOCZESNE TECHNOLOGIE

Współczesny świat mody coraz śmielej korzysta z osiągnięć cyfrowych, które stają się prawą ręką profesjonalnych doradców wizerunku. Połączenie **ludzkiej intuicji z precyzją algorytmów** pozwala przenieść doświadczenie zakupowe na zupełnie nowy poziom efektywności.

Poniższa infografika<sup>5</sup> przedstawia kluczowe obszary, w których nowoczesne narzędzia wspierają codzienną pracę stylisty - doradcy klienta, czyniąc ją nie tylko szybszą, ale przede wszystkim bardziej dopasowaną do unikalnych potrzeb każdego klienta.

<sup>5</sup> Infografika AI z dnia 12.05.2025

Ilustracja 1<sup>6</sup>. Nowoczesne technologie w pracy kupca mody.



## DLA UCZNIĄ ODPOWIEDZ SOBIE NA PYTANIA

*CZY LUBISZ NOWE TECHNOLOGIE ? CZY INTERESUJE CIĘ MODA CYFROWA ?*

*CZY CHCIAŁBYŚ PRACOWAĆ Z AI W MODZIE ?*

## 7. ŚCIEŻKA KARIERY I PERSPEKTYWY ZATRUDNIENIA

Ścieżka kariery kupca mody (Fashion Buyer) łączy świat estetyki z biznesem i analityką. W 2026 roku zawód ten ewoluował w stronę roli „Sustainability & Data Strategist” (“Strateg ds. zrównoważonego rozwoju i danych”), gdzie pracę wspiera się sztuczną inteligencją i etyką produkcji.

<sup>6</sup> Źródło: Opracowanie własne przy użyciu technologii AI.

## 7.1. ŚCIEŻKA AWANSU ZAWODOWEGO

- ⇒ **Asystent Kupca (Junior/Assistant Buyer):** Wsparcie administracyjne, kontakt z dostawcami, pilnowanie terminów dostaw i tworzenie arkuszy w Excelu. To etap nauki „alfabetu” tkanin i krojów.
- ⇒ **Młodszy Kupiec (Associate Buyer):** Samodzielne zarządzanie mniejszymi kategoriami produktów (np. akcesoria). Pierwsze poważne negocjacje cenowe i udział w wyjazdach do fabryk.
- ⇒ **Kupiec (Fashion Buyer):** Pełna odpowiedzialność za budżet i wyniki sprzedaży danej linii (np. moda damska/kolekcja Premium). Decyduje o tym, co znajdzie się w sklepach za 6-12 miesięcy.
- ⇒ **Starszy Kupiec (Senior Buyer):** Strategiczne planowanie całych dywizji, zarządzanie zespołem młodszych kupców i optymalizacja globalnego łańcucha dostaw.
- ⇒ **Head of Buying / Buying Director:** Najwyższy szczebel zarządzający, odpowiedzialny za całościową wizję handlową marki i jej rentowność na poziomie zarządu.

### Perspektywy zatrudnienia:

- ⇒ **Fast Fashion:** Duże sieciówki wciąż potrzebują kupców, i kładą nacisk na **Circular Economy** (obieg zamknięty).
- ⇒ **E-commerce i Marketplace:** Platformy zakupowe rekrutują kupców potrafiących zarządzać tysiącami SKU (indeksów produktów).
- ⇒ **Marki Premium i Luksusowe:** Rola kupca skupia się na kurateli i budowaniu relacji z domami mody.
- ⇒ **Start-upy i marki niszowe:** Rosnący trend na modę etyczną tworzy zapotrzebowanie na tzw. **Eco-Buyers**, którzy potrafią pozyskać innowacyjne materiały (np. skórę z grzybów czy ananasa).

## 7.2 OFERTY PRACY KUPIEC / KUPCZYNI MODY <sup>7</sup>:

### Twój zakres obowiązków

- Jako Kupiec będziesz sercem operacyjnym naszych kolekcji.
- Współtworzenie kolekcji: Aktywne kształtowanie asortymentu w ścisłej współpracy z działem projektowym, dbając o estetykę i DNA marki.

<sup>7</sup> <https://www.pracuj.pl/praca/kupiec-kupczyni-mody-krakow-fabryczna-13,oferta,1004799336?s=69ba63fa&searchId=MTc3ODc1NTUzMjY3Ny4yMjky> dostęp:14.05.2026

- Globalny sourcing i relacje: Pozyskiwanie dostawców (krajowych i zagranicznych), ich ewaluacja oraz budowanie trwałych relacji biznesowych.
- Negocjacje i kontrakty: Wypracowywanie optymalnych warunków współpracy (ceny, terminy, jakość) oraz nadzór nad umowami ramowymi.
- Zarządzanie produkcją: Koordynacja pełnego procesu - od prototypu po finalną dostawę, ze szczególnym uwzględnieniem rynków azjatyckich.
- Analiza i strategia: Monitorowanie trendów rynkowych oraz konkurencji, a także realizacja celów marżowych i jakościowych.
- Administracja i rozliczenia: Nadzór nad dokumentacją zakupową, importową i rozliczeniami.

### Nasze wymagania

- Szukamy specjalisty, który świetnie czuje się w świecie liczb, tkanin i... ludzi.
- Doświadczenie: Minimum 1-2 lat pracy na stanowisku kupieckim w branży Retail (mile widziane bezpośrednio w modzie).
- Praktyczna znajomość produkcji na rynkach zagranicznych (w szczególności w Azji) oraz procesów importowych.
- Wykształcenie: wyższe, niepełne wyższe (preferowane: ekonomia, towaroznawstwo, zarządzanie, handel lub kierunki pokrewne).
- Talent negocjacyjny: Potwierdzone sukcesy w prowadzeniu rozmów handlowych i orientacja na wynik.
- Łatwość w nawiązywaniu kontaktów: Swoboda w budowaniu relacji z dostawcami z różnych kręgów kulturowych.
- Praca w zespole wielofunkcyjnym: Umiejętność efektywnej współpracy w zróżnicowanym, dynamicznym środowisku (projektanci, kontrola jakości, logistyka).
- Otwartość i komunikatywność: Jasne formułowanie oczekiwań i umiejętność słuchania potrzeb innych działów.
- Biegły język angielski: Codzienna, swobodna komunikacja z zagranicznymi partnerami (w mowie i piśmie).
- Analityczne podejście: Umiejętność podejmowania decyzji zakupowych w oparciu o twarde dane i Excela.
- Orientacja na wyniki: Inicjatywa, elastyczność i skuteczność w dążeniu do celu.
- Wyczucie estetyki: Znajomość trendów fashion i zainteresowanie rynkiem mody.

Kupiec / Kupczyni Mody / Kraków<sup>8</sup>

<sup>8</sup> <https://www.lpp.com/kariera/oferty-pracy/kupiec-kupczyni-mody-krakow-1763789/> dostęp 18.05.2016

## Co będziesz robić?

- Współpracować z polskimi i zagranicznymi producentami produktów marki Mohito oraz pozyskiwać nowych kontrahentów i dywersyfikować rynki produkcji do współpracy
- Sprawnie koordynować proces produkcji i zarządzać budżetem podległego asortymentu
- Współtworzyć strukturę kolekcji w podległych grupach asortymentowych pod względem komercyjnym, w oparciu o analizy sprzedaży
- Prowadzić negocjacje handlowe (ustalać warunki współpracy, ceny, jakości, terminy)
- Odpowiadać za terminowy import produktów oraz realizację celów cenowych
- Monitorować rynek w poszukiwaniu najbardziej atrakcyjnych jakości dla poszczególnych grup asortymentowych
- Analizować konkurencję pod względem trendów, cen i użytych jakości
- Współpracować z działem projektowym w zakresie wyglądu i jakości produktu

## Co jest dla nas ważne?

- Doświadczenie w pracy na stanowisku kupca/młodsze kupca (minimum 1,5 roku, mile widziane w branży odzieżowej)
- Silne kompetencje analityczne i umiejętność podejmowania decyzji zakupowych w oparciu o liczby
- Zainteresowanie rynkiem fashion, śledzenie trendów modowych, chętnie odwiedzanie sklepów odzieżowych i wyczucie estetyki
- Sukcesy w prowadzeniu negocjacji, wysokie umiejętności negocjacyjne oraz handlowe
- Silna orientacja na osiągnięcie wyników, elastyczność i inicjatywa w działaniu
- Bardzo dobra znajomość języka angielskiego w mowie i piśmie
- Wykształcenie wyższe (preferowane studia ekonomiczne lub handlowe)
- Łatwość w nawiązywaniu nowych kontaktów, otwartość, komunikatywność i umiejętność pracy w zespole
- Świetna organizacja i doskonałe umiejętności analityczne



### DLA UCZNIĄ ZASTANÓW SIĘ:

*CZY WOLISZ PRACĘ W DUŻEJ SIECIÓWCE CZY Z MARKAMI PREMIUM?*

*CZY INTERESUJE CIĘ PRACA NA STANOWISKU KUPIEC / KUPCZYNI MODY?*

## 8. CZĘŚĆ PRAKTYCZNA DLA UCZNIĄ/NAUCZYCIELA

### 8.1 PRZYKŁADOWY SCENARIUSZ ZADANIA ZAWODOWEGO

#### Temat mini-projektu:

Stworzenie i sprzedaż mini-kolekcji odzieży sezonowej w sklepie lub butik

#### 1. Założenia projektu

- typ sklepu: butik odzieżowy lub sklep sieciowy,
- sezon: wiosna/lato lub jesień/zima,
- grupa docelowa: np. młodzież / kobiety / mężczyźni,
- cel: dobranie asortymentu i zwiększenie sprzedaży.

#### 2. Analiza rynku i trendów (kupiec)

- analiza aktualnych trendów modowych,
- sprawdzenie popularnych kolorów, fasonów i materiałów,
- analiza preferencji klientów sklepu,
- ocena konkurencji.

#### 3. Dobór asortymentu

- wybór ubrań do kolekcji (np. sukienki, koszule, spodnie),
- ustalenie ilości i rozmiarów produktów,
- wybór dostawców lub marek,
- dopasowanie produktów do grupy docelowej.

#### 4. Plan sprzedaży i ekspozycji

- ustalenie cen sprzedaży,
- zaplanowanie układu sklepu (visual merchandising),
- przygotowanie stylizacji na manekiny,
- zaprojektowanie atrakcyjnej ekspozycji kolekcji.

#### 5. Sprzedaż i obsługa klienta (sprzedawca)

- prezentacja kolekcji klientom,
- doradztwo w zakresie stylu i rozmiaru,
- dobór całych stylizacji,
- finalizacja sprzedaży.

## 6. Analiza wyników

- sprawdzenie, które produkty sprzedają się najlepiej,
- analiza opinii klientów,
- ocena skuteczności ekspozycji,
- wyciągnięcie wniosków na przyszłość.

## 7. Efekt końcowy

- przygotowana i sprzedana mini-kolekcja,
- raport sprzedaży i wnioski,
- propozycje ulepszeń dla kolejnej kolekcji.



**DLA UCZNIĄ ZASTANÓW SIĘ:**

*CZY POTRAFISZ DOBRAĆ UBRANIA DO KONKRETNEJ SYTUACJI?*

*CZY UMIESZ DORADZIĆ KLIENTOWI I UZASADNIĆ SWÓJ WYBÓR?*

### 8.2 PYTANIA SPRAWDZAJĄCE WIEDZĘ O STANOWISKU. TEST WIEDZY O STANOWISKU

Test wiedzy o stanowisku ( odpowiedz na pytania, zaznacz prawidłową odpowiedź)

#### 1. Co jest główną misją kupca mody w kontekście rynku odzieżowego?

A.

Prowadzenie bezpośredniej sprzedaży detalicznej w salonach odzieżowych.

B.

Zapewnienie, aby gotowy produkt trafił do właściwego klienta i odpowiadał na potrzeby rynku.

C.

Naprawa maszyn szwalniczych w zakładach produkcyjnych.

D.

Samodzielne projektowanie wszystkich ubrań wchodzących w skład nowej kolekcji.

#### 2. Na jakiej podstawie Kupiec Mody wybiera kolekcje, które zostaną wprowadzone do sprzedaży?

A.

Opierając się tylko na archiwach sprzedaży sprzed dziesięciu lat.

B.

Na podstawie analiz trendów, badań rynku i preferencji klientów.

C.

Losowo wybierając projekty z dostępnych katalogów producentów.

D.

Wyłącznie na podstawie własnego, subiektywnego gustu.

3

**3. W jakim celu Fashion Buyerzy najczęściej odwiedzają targi branżowe?**

A.

W celu organizowania pokazów mody dla szerokiej publiczności.

B.

Aby przeprowadzać szkolenia z obsługi klienta dla pracowników butików.

C.

Aby sprzedawać ubrania z poprzednich sezonów klientom indywidualnym.

D.

W poszukiwaniu nowych ofert, produktów oraz producentów tkanin.

**4. Dlaczego umiejętności negocjacyjne są kluczowe w pracy Kupca Mody?**

A.

Pozwalają na uzyskanie lepszej jakości tkanin w ustalonym zakresie cenowym.

B.

Są niezbędne do przekonywania klientów w sklepie do zakupu droższych ubrań.

C.

Ułatwiają narzucanie projektantom własnych wizji artystycznych bez żadnych kompromisów.

D.

Służą wyłącznie do obniżania pensji pracowników szwalni.

**5. Która z wymienionych czynności należy do zakresu koordynacji procesu produkcji przez kupca?**

A.

Ustalanie terminów i organizacja pracy w szwalniach.

B.

Pisanie scenariuszy do reklam telewizyjnych marki.

C.

Osobiste szycie prototypów ubrań na maszynie.

D.

Rekrutacja modeli do sesji zdjęciowych w social media.

**6. Na jakich obszarach wiedzy opiera się zawód kupca odzieży?**

A.

Na modzie, wizerunku, marketingu i sprzedaży.

B.

Głównie na inżynierii materiałowej i budownictwie.

C.

Tylko na obsłudze programów do księgowania faktur.  
D.

Wyłącznie na wiedzy z zakresu historii sztuki.

7. Za co bezpośrednio odpowiada Kupiec Mody w kontekście jakości?

A.

Za jakość sprowadzonych materiałów i tkanin.

B.

Za kalibrację monitorów w dziale graficznym.

C.

Za przebieg procesu obróbki termicznej wyrobów gotowych.

D.

Za jakość wykonanych reklam marki.

**8. Prawda czy fałsz: Zawód Kupca Mody rozwija się głównie poprzez formalny system edukacji zawodowej.**

Fałsz

Prawda

### 8.3 PYTANIA SPRAWDZAJĄCE WIEDZĘ O STANOWISKU.

#### Pytania podstawowe

- Kim jest kupiec odzieży?
- Jaką rolę pełni ten zawód w branży modowej?
- W jakich miejscach może pracować kupiec?

#### Pytania o proces pracy

- Na czym polega dobór asortymentu?
- Jakie etapy obejmuje proces kontraktacji ?
- Czym różni się analiza trendów od obsługi klienta?
- Jakie działania podejmuje kupiec przed zakupem kolekcji?

#### Pytania o narzędzia i technologie

- Jakie systemy i urządzenia wykorzystuje sprzedawca w sklepie?
- Do czego służy system POS?

- Jakie znaczenie mają platformy e-commerce w sprzedaży odzieży?
- Jakie technologie wspierają analizę sprzedaży?

### Pytania o klienta i sprzedaż

- Jak prawidłowo doradzić klientowi wybór ubrań?
- Co wpływa na decyzję zakupową klienta?
- Jak radzić sobie z reklamacjami i zwrotami?
- Dlaczego komunikacja z klientem jest ważna?

### Pytania o kompetencje

- Jakie cechy są ważne w pracy kupca mody?
- Dlaczego odporność na stres jest istotna w tym zawodzie?
- Jakie znaczenie ma zmysł estetyczny w handlu modą?
- Dlaczego praca zespołowa jest ważna w sklepie?

### Pytania o rozwój i rynek

- Jakie są możliwości rozwoju w tym zawodzie?
- Czym zajmuje się kupiec (buyer) w firmie odzieżowej?
- Jakie znaczenie ma analiza trendów modowych?
- Jak wpływa ekologia na handel odzieżą?



### DLA UCZNIĄ ZASTANÓW SIĘ

*CZY POTRAFISZ WCZUĆ SIĘ W ROLĘ KLIENTA? CZY UMIESZ TWORZYĆ SPÓJNE STYLIZACJE? CZY LUBISZ PRACĘ PROJEKTOWĄ?*

## 9. SŁOWNIK POJĘĆ BRANŻOWYCH.

Świat mody to nie tylko ubrania, to specyficzny język, który pozwala precyzyjnie budować wizerunek. Abyś zawsze czuć się pewnie w rozmowach o trendach i technikach pracy, przygotowaliśmy ten leksykon. To Twoja ściągą z najważniejszych pojęć - od analizy sylwetki, przez zasady dress code'u, marketing sprzedaży aż po filozofię slow fashion.

**1. STYLIZACJA**

Dobór i łączenie ubrań oraz dodatków w spójną całość dopasowaną do osoby, okazji i celu.

**2. WIZERUNEK**

Sposób, w jaki dana osoba jest postrzegana przez innych na podstawie wyglądu, zachowania i stylu.

**3. ANALIZA SYLWETKI**

Określenie proporcji ciała klienta w celu doboru odpowiednich fasonów ubrań.

**4. ANALIZA KOLORYSTYCZNA**

Dobór kolorów ubrań dopasowanych do typu urody (karnacji, oczu, włosów).

**5. DRESS CODE**

Zasady ubioru obowiązujące w danej sytuacji (np. praca, uroczystości, biznes).

**6. PERSONAL SHOPPER**

Osoba, która pomaga klientowi w zakupach i doborze ubrań.

**7. MOODBOARD**

Tablica inspiracji (zdjęcia, kolory, stylizacje), która przedstawia koncepcję stylu.

**8. LOOK / OUTFIT**

Gotowy zestaw ubrań i dodatków tworzących jedną stylizację.

**9. BUSINESS CASUAL**

Styl ubioru łączący elegancję z wygodą, często stosowany w pracy biurowej.

**10. SMART CASUAL**

Styl półformalny - elegancki, ale mniej sztywny niż business formal.

**11. BUSINESS FORMAL**

Bardzo elegancki styl ubioru wymagany w sytuacjach oficjalnych i biznesowych.

#### **12. GARDEROBA KAPSUŁOWA**

Zestaw uniwersalnych ubrań, które można ze sobą łatwo łączyć w różne stylizacje.

#### **13. SLOW FASHION**

Podejście do mody oparte na świadomych zakupach, jakości i ograniczeniu nadprodukcji ubrań.

#### **14. FAST FASHION**

Szybka produkcja taniej odzieży zgodnej z aktualnymi trendami, często o krótkiej trwałości.

#### **15. SYLWETKA**

Kształt i proporcje ciała człowieka, które wpływają na dobór ubrań.

#### **16. MATERIAŁOZNAWSTWO**

Wiedza o tkaninach, ich właściwościach i zastosowaniu w odzieży.

#### **17. STYLIZACJA ONLINE**

Tworzenie stylizacji i doradztwo wizerunkowe na odległość (np. przez Internet).

#### **18. PERSONAL BRANDING**

Budowanie własnego wizerunku zawodowego i rozpoznawalności stylisty.

#### **19. METAMORFOZA**

Całościowa zmiana wyglądu i stylu osoby, często obejmująca ubiór, fryzurę i makijaż.

#### **20. PERSONAL SHOPPING**

Usługa polegająca na dobieraniu i kupowaniu ubrań dla klienta.

## 10. BIBLIOGRAFIA I NETOGRAFIA.

### POZYCJE KSIĄŻKOWE (propozycje):

- [1.] Ewa Fałkowska-Rękawek, *Podstawy projektowania odzieży*, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2020
- [2.] Elżbieta Stark, Barbara Tymolewska, *Modelowanie form odzieży damskiej*, Wydawnictwo SOP Oświatowiec, Toruń 2020
- [3.] Jadwiga Idryjan-Pajor, *Materiałoznawstwo Odzieżowe*, Wydawnictwo SOP Oświatowiec, Toruń 2020
- [4.] Maria Bily-Czopowa, Karolina Mierowska, *Król i modelowanie odzieży lekkiej. Krawiectwo miarowo - usługowe*, WSiP, 1995
- [5.] Krystyna Trzcińska, *Konstruowanie i modelowanie odzieży lekkiej (t.1,2)*, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1992
- [6.] Zbigniew Parafianowicz, *Konstruowanie i modelowanie odzieży ciężkiej*, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2009
- [7.] Zbigniew Parafianowicz, Maria Piskorska, *Konstrukcja i modelowanie odzieży damskiej ciężkiej*, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1986
- [8.] Zbigniew Parafianowicz, Maria Piskorska, *Konstrukcja i modelowanie odzieży męskiej*, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1989
- [9.] Elżbieta Lewandowska - Stark, *Modelowanie form Odzieży Damskiej - Stowarzyszenie Oświatowców Polskich w Toruniu*, Toruń 1999 roku
- [10.] *Tabele szczegółowych wymiarów dzieci, dziewcząt, chłopców, kobiet i mężczyzn*, Instytut Technik i Technologii Dziewiarskich "Tricotextil", Łódź 1997.
- [11.] Elżbieta Stark, Zofia Lipke-Skrawek, *Techniki szycia odzieży*, SOP Oświatowiec, Toruń 2012
- [12.] Winifred Aldrich, *Fabrics and pattern cutting*, A. John Wiley & Sons, Ltd, Publication, UK 2013
- [13.] *Krawiectwo technologia. Podręcznik dla zasadniczych szkół odzieżowych*, praca zbiorowa, WSiP, Warszawa 2011
- [14.] *Szycie jest łatwe*, poradnik Burda Style, Wydawnictwo Słowne (dawniej Burda Książki), 2018

### STRONY INTERNETOWE POŚWIĘCONE MODZIE I SZYCIU:

- [1.] <https://www.vogue.pl/b/moda>
- [2.] <https://www.elle.pl/moda>
- [3.] <https://pl.pinterest.com/>
- [4.] <https://dresowka.pl/pl/zestawy-i-wykroje/czasopisma.html>
- [5.] [https://www.akademiaslaska.pl/studies/wzornictwo\\_studia\\_i\\_stopnia](https://www.akademiaslaska.pl/studies/wzornictwo_studia_i_stopnia) dostęp 05.05.2026
- [6.] <https://rekrutacja.p.lodz.pl/kierunek/i-stopien-wzornictwo> dostęp 05.05.2026
- [7.] <https://www.viamoda.edu.pl/programy/studia-i-stopnia-licencjackie/studia-i-stopnia-marketing-mody-komunikacja-i-branding/> dostęp 05.05.2026
- [8.] <https://ibcm.ckziu.com/index.php/dorosli-powyzej-24-roku-zycia/stylista-czyli-specjalista-kreowania-wizerunku-personal-shoper> dostęp 05.05.2026

### CZASOPISMA:

- [1.] Burda Style - miesięcznik, wydania aktualne i archiwalne

[2.] Kocham szycie - numery archiwalne

ŹRÓDŁA ILUSTRACJI I GRAFIK:

[1.] Ilustracja na stronie tytułowej: Pixabay.com

[2.] Infografika „Nowoczesne technologie...”: Opracowanie własne przy użyciu technologii AI.