Modebureau

jaar 1, periode 3

LEERDOELEN

Tijdens deze module leer je het volgende:

- De student kan informatie over de doelgroep zowel online als offline verzamelen
- De student maakt een doelgroepenanalyse en werkt deze uit in een doelgroepenbord en doelgroepenonderzoek
- De student kan informatie verzamelen en verwerken over ontwikkelingen in de mode
- Je kan bij deze ontwikkelingen uitleggen 1) wat de relatie is met maatschappelijke en /of culturele en/of kunstzinnige ontwikkelingen en 2) wat de invloed is van die ontwikkeling op ontwerpprocessen, productieprocessen en commerciële processen
- De student verwerkt onderzoeksgegevens in een goed leesbaar en overzichtelijk verslag

EINDOPDRACHT

Deze periode maak je bij Modebureau drie opdrachten voor het Portfolio-examen Basisdeel Fashion:

1. Doelgroepenbord, digitaal (examenopdracht 2 > onderzoek)
2. Doelgroepenonderzoek, in je dummy (examenopdracht 3 > onderzoek)
3. Onderzoek naar ontwikkelingen in de mode, in je dummy (examenopdracht 1)

BEOORDELING

De opdrachten worden beoordeeld als onderdeel van het Portfolio-examen Basisdeel Fashion.

PLANNING 1

Les	Lesplanning Dinsdag
1	**Les 1**: Theorie over doelgroepen Opdracht: doelgroepenbord (digitaal) maken van je gekozen merk (Zara Scotch &Soda)
2	**Les 2**: Opdracht doelgroepenbord afmaken Opdracht doelgroeponderzoek starten in dummy
3	**Les 3**: Theorie over ontwikkelingen in de mode Opdracht onderzoek ontwikkelingen start
4	**Les 4**: Verder werken aan onderzoek ontwikkelingen
5	**Les 5:** Theorie over mode keten en voorbeeld invloed van een ontwikkeling op ontwerpprocessen/productieprocessen/commerciële processen Verder werken aan onderzoek ontwikkelingen
6	**Les 6:** Opdrachten uitwerken/ uitloop
10	**Portfolioweek**

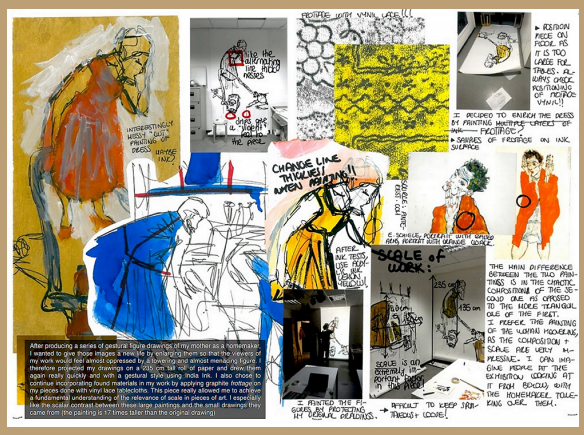
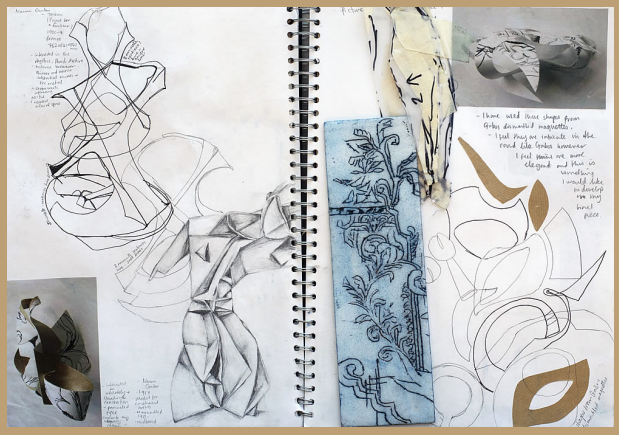
EXAMEN OPDRACHTEN

1- Doelgroepenbord

- Je verzamelt informatie over de doelgroep die je hebt gekozen
- Je onderzoekt welke trends en ontwikkelingen passen bij jouw doelgroep
- Je formuleert de uitgangspunten voor een eenvoudig modeconcept dat past bij jouw doelgroep
- Je leg het proces en de uitkomst van het onderzoek zorgvuldig vast

2– Doelgroepenonderzoek

- Je kiest een merk (Zara of Scotch en Soda) en onderzoekt mode-items van dat merk op uitstraling, vorm, stoffen, garens, fournituren, prijssegment en de doelgroep
- Je beschrijft voor welke argumenten de doelgroep (waarschijnlijk) gevoelig is
- Je beschrijft voor je onderzoek meerdere informatiebronnen (minimaal 2)
- Je laat zien dat je de verzamelde informatie kritisch en zorgvuldig hebt geanalyseerd
- Je legt de informatie overzichtelijk vast in je dummy

3- Onderzoek naar ontwikkelingen in de mode

- Je zoekt actief naar drie ontwikkelingen in de mode
- Je verzamelt informatie over die ontwikkelingen in de mode
- Je legt uit wat de relatie is van die ontwikkelingen met maatschappelijke en/of culturele en/of Kunstzinnige ontwikkelingen
- Je kiest voor 1 ontwikkeling en werkt die verder uit voor jouw gekozen merk (Zara of Scotch en Soda)
- Je legt uit waarom je voor die ontwikkeling hebt gekozen
- Je geeft aan wat de invloed is van die ontwikkeling op ontwerpprocessen, productieprocessen en commerciële processen
- Je gebruikt offline en online bronnen voor het verzamelen van je informatie
- Je gaat na of de verzamelde informatie juist en volledig is
- Je legt de informatie overzichtelijk vast in een verzorgde dummy