

**ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ,
ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΝΕΟΛΑΙΑΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΑΝΩΤΕΡΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ
ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ**

**ΓΡΑΠΤΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΓΓΡΑΦΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΣΤΟΥΣ
ΠΙΝΑΚΕΣ ΔΙΟΡΙΣΙΜΩΝ 2019**

Εξεταζόμενο αντικείμενο (Κωδικός): Σχεδίαση - Κατασκευή Ενδυμάτων (632)

Ημερομηνία και ώρα εξέτασης: Πέμπτη, 5 Δεκεμβρίου 2019 και

ώρα 15:30 - 18:30

ΛΥΣΕΙΣ

ΜΕΡΟΣ Α΄: (Μονάδες 20)

Αποτελείται από πέντε (5) ερωτήσεις.

Κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με τέσσερις (4) μονάδες.

Ερώτηση 1

(Μονάδες 4)

Οι πιο κάτω **Εικόνες 1, 2, 3 και 4**, παρουσιάζουν «κοινά στοιχεία των υφαντών υφασμάτων».

Να αναγνωρίσετε στις πιο κάτω εικόνες τα κοινά στοιχεία των υφαντών υφασμάτων και να τα καταγράψετε στον ΠΙΝΑΚΑ 1, στη ΣΤΗΛΗ: «Τα κοινά στοιχεία των υφαντών υφασμάτων».



Εικόνα 1



Εικόνα 2



Εικόνα 3



Εικόνα 4

ΠΙΝΑΚΑΣ 1	
ΣΤΗΛΗ: Εικόνες	ΣΤΗΛΗ: «Τα κοινά στοιχεία των υφαντών υφασμάτων»
Η Εικόνα 1 απεικονίζει...	Τη μέτρηση της πυκνότητας κατασκευής του υφάσματος.
Η Εικόνα 2 απεικονίζει...	Την αναγνώριση της καλής και της ανάποδης μεριάς του υφάσματος.
Η Εικόνα 3 απεικονίζει...	Την αναγνώριση των υφαδιών και των στημονιών του υφάσματος.
Η Εικόνα 4 απεικονίζει...	Τις ούγιες του υφάσματος.

Ερώτηση 2

(Μονάδες 4)

Ο/η εκπαιδευτικός διδάσκει την ενότητα «Το Σχέδιο Παραγωγής» στο μάθημα Σχέδιο Μόδας II του Γ΄ έτους.

Να αναφέρετε και να εξηγήσετε τι θα πρέπει να αναφέρει ο/η εκπαιδευτικός στους μαθητές / στις μαθήτριες στην εισαγωγή του μαθήματος, ώστε να κατανοήσουν το σκοπό και τη χρησιμότητα του «Σχεδίου Παραγωγής» στη βιομηχανία του τομέα της Ένδυσης.

Ο/η εκπαιδευτικός που διδάσκει το μάθημα Σχέδιο Μόδας ΙΙ, στην εισαγωγή του μαθήματος για την ενότητα «Το Σχέδιο Παραγωγής», θα αναφέρει στους / στις μαθητές / μαθήτριες τα πιο κάτω:

Το «Σχέδιο Παραγωγής» συνδέεται άμεσα με τη βιομηχανία ένδυσης και θεωρείται απόλυτα αναγκαίο, καθώς η κατασκευή του σχεδίου παραγωγής για το κάθε ένα ένδυμα το οποίο συμπεριλαμβάνεται στην εκάστοτε συλλογή ενδυμάτων, χρησιμοποιείται με σκοπό τη συναρμολόγηση του πρώτου δείγματος. Λειτουργεί ως μία μορφή οπτικής επικοινωνίας μεταξύ του σχεδιαστή των ενδυμάτων και του κατασκευαστή των πατρών. Το «Σχέδιο Παραγωγής» εξυπηρετεί τον κατασκευαστή πατρών στη διαδικασία της κατασκευής πατρών των ενδυμάτων, επειδή παρουσιάζει περαιτέρω ξεκάθαρες πληροφορίες, οι οποίες αφορούν στις σχεδιαστικές και στις κατασκευαστικές λεπτομέρειες του ενδύματος. Σε αρκετές περιπτώσεις, το σχέδιο μόδας του ενδύματος, δεν παρουσιάζει τις σχεδιαστικές / κατασκευαστικές λεπτομέρειες καθώς είναι εικονογραφημένο. Το «Σχέδιο Παραγωγής» απευθύνεται επιπρόσθετα, προς το τμήμα παραγωγής, όπως το κοπτήριο και τη γραμμή παραγωγής της βιομηχανίας.

Ερώτηση 3

(Μονάδες 4)

Διδάσκετε στο μάθημα Εργαστηριακές Εφαρμογές Ι του Α΄ έτους, την ενότητα «Οι τύποι ραφών και η κατασκευή τους», οι οποίοι χρησιμοποιούνται σε διάφορες μορφές κατά τη διαδικασία της συναρμολόγησης των τμημάτων / μερών που αποτελούν ένα ένδυμα.

Να απαντήσετε στα πιο κάτω Ερωτήματα.

3.1 Οι πιο κάτω Εικόνες 5, 6, 7 και 8, παρουσιάζουν διάφορους τύπους ραφών.

Να αναγνωρίσετε τους τύπους ραφών στις εικόνες αυτές και να τους

καταγράψετε στον ΠΙΝΑΚΑ 2, στη ΣΤΗΛΗ: «Τύποι ραφών».

(2 μονάδες)



Εικόνα 5



Εικόνα 6



Εικόνα 7



Εικόνα 8

ΠΙΝΑΚΑΣ 2	
ΣΤΗΛΗ: Εικόνες	ΣΤΗΛΗ: «Τύποι ραφών»
Η Εικόνα 5 απεικονίζει...	Την «απλή κλειστή ραφή» / «superimposed seam».
Η Εικόνα 6 απεικονίζει...	Τη «γαλλική ραφή» / «french seam».
Η Εικόνα 7 απεικονίζει...	Τη «διπλωμένη ραφή» / «lapped seam».
Η Εικόνα 8 απεικονίζει...	Την «απλή ανοικτή ραφή» / «open seam».

3.2 Να καταγράψετε τέσσερα (4) στοιχεία, τα οποία επηρεάζουν το πλάτος των περιθωρίων ραφής ενός ενδύματος.

(2 μονάδες)

Τέσσερα (4) στοιχεία τα οποία επηρεάζουν το πλάτος των περιθωρίων ραφής ενός ενδύματος είναι:

- i. Η στερεότητα (Τύπος / πλάτος ραφής / τάση υφάσματος να ξεφτά / σπάσιμο του γαζώματος / άνοιγμα των ινών του υφάσματος στις ραφές / χαλάρωμα πόντων της βελονιάς).
- ii. Η ανθεκτικότητα του υφάσματος (Τάση του υφάσματος να ξεφτά).
- iii. Η εμφάνιση (Σούρωμα / όγκος ραφής – μειώνει την ευλυγισία της ραφής).
- iv. Η δυνατότητα παροχής περιθωρίου για την επιδιόρθωση του ενδύματος.

Ερώτηση 4

(Μονάδες 4)

Για την κάθε μία άσκηση να επιλέξετε και να υπογραμμίσετε την ορθή απάντηση.

I. Η οριζόντια πλέξη που χρησιμοποιείται στα μανικέτα είναι:

- i. Η πλέξη μους.
- ii. Η πλέξη λάστιχο / «rib».
- iii. Το μονό ζέρσεϊ / «jersey».
- iv. Το διπλό ζέρσεϊ / «double jersey».
- v. Η χειροποίητη πλέξη.

II. Ανεξίτηλα χρώματα είναι:

- i. Τα χρώματα τα οποία ξεβάφουν κατά το φόρεμά τους.
- ii. Τα χρώματα τα οποία ξεβάφουν κατά τη διάρκεια πλυσίματος του ενδύματος.
- iii. Τα χρώματα τα οποία δεν ξεβάφουν κατά το φόρεμά τους.
- iv. Τα χρώματα τα οποία δεν ξεβάφουν κατά τη διάρκεια πλυσίματος του ενδύματος.
- v. Τα χρώματα τα οποία δεν ξεβάφουν κατά το φόρεμά τους και κατά τη διάρκεια πλυσίματος του ενδύματος.

- III. Το «τεχνητό μετάξι» διαφορετικά ονομάζεται:
- i. Φυσικό μετάξι.
 - ii. **Μετάξι «Σιαρντονέ».**
 - iii. Βισκόζη.
 - iv. Ίνα θαύμα.
 - v. Πολυεστέρα.
- IV. Μία (1) από τις ιδιότητες των υφασμάτων που κατασκευάζονται από πλαστικό φύλλο είναι:
- i. Τα υφάσματα αυτά σχίζονται εύκολα και δεν διορθώνονται με επιτυχία.
 - ii. Τα υφάσματα αυτά έχουν ευδιάκριτη τη γραμμή ύφανσής τους.
 - iii. **Τα υφάσματα αυτά στην περίπτωση που αφεθούν διπλωμένα για μεγάλο χρονικό διάστημα, δημιουργούν τσακίσεις οι οποίες παραμένουν μόνιμες.**
 - iv. Τα υφάσματα αυτά συρρικνώνονται και μαλακώνουν κατά την πλύση τους.
 - v. Τα υφάσματα αυτά έχουν «ανοιχτή» κατασκευή.

Ερώτηση 5

(Μονάδες 4)

Ο/η εκπαιδευτικός διδάσκει το μάθημα Εργαστηριακές Εφαρμογές Μόδας II του Β΄ έτους και βρίσκεται αντιμέτωπος / αντιμέτωπη με τη διαχείριση θέματος, το οποίο εμπίπτει στους κανόνες ασφαλείας και στη χρήση του εργαστηριακού εξοπλισμού στο εργαστήριο της Ειδικότητας.

Μια από τις μαθήτριες του τμήματος παρουσιάζει μαθησιακές δυσκολίες. Πιο συγκεκριμένα, η μαθήτρια αδυνατεί να προετοιμάσει σωστά τη βιομηχανική γαζωτική μηχανή στην οποία εργάζεται.

Ο/η εκπαιδευτικός, εκτός από τη συνεχή τεχνική υποστήριξη που παρέχει σε όλους τους μαθητές / τις μαθήτριες κατά τη διάρκεια του εργαστηριακού μαθήματος, καλείται να διαφοροποιεί κάθε φορά τη διδασκαλία του / της, έτσι ώστε να παρέχει βοήθεια στη συγκεκριμένη μαθήτρια, με σκοπό να προχωρεί έγκαιρα τις κατασκευαστικές της ασκήσεις με ασφάλεια.

Πιο κάτω παρατίθενται δύο (2) πιθανές ενέργειες του / της εκπαιδευτικού, οι οποίες περιγράφουν τον τρόπο διαχείρισης του πιο πάνω θέματος, μέσα από τη διαφοροποίηση της διδασκαλίας του.

Ενέργεια «Α» του / της εκπαιδευτικού:

Ο/η εκπαιδευτικός τοποθετεί μια άλλη μαθήτρια, δίπλα από τη μαθήτρια η οποία αντιμετωπίζει μαθησιακές δυσκολίες, καθώς γνωρίζει πολύ καλά τη σωστή χρήση του εργαστηριακού εξοπλισμού, με σκοπό να βρίσκεται κοντά της και να τη βοηθά όταν χρειάζεται, καλλιεργώντας παράλληλα το πνεύμα της συνεργασίας και της ομαδικότητας στο μάθημα.

Ενέργεια «Β» του / της εκπαιδευτικού:

Ο/η εκπαιδευτικός προετοιμάζει τη βιομηχανική γαζωτική μηχανή την οποία χρησιμοποιεί η μαθήτρια που αντιμετωπίζει μαθησιακές δυσκολίες, ώστε να διεκπεραιώνει με συνέπεια τις κατασκευαστικές της ασκήσεις και να συγχρονίζεται με τους συμμαθητές / συμμαθήτριάς της.

5.1 Να χαρακτηρίσετε κάθε μια από τις πιο πάνω ενέργειες «Α» και «Β» του / της εκπαιδευτικού, ως ΚΑΤΑΛΛΗΛΗ ή ΑΚΑΤΑΛΛΗΛΗ για τη διαχείριση του πιο πάνω θέματος, που αφορά στη μαθήτρια η οποία αντιμετωπίζει δυσκολίες στο εργαστηριακό μάθημα. (2 μονάδες)

- i. Η ενέργεια «Α» του / της εκπαιδευτικού είναι: **Ακατάλληλη**
- ii. Η ενέργεια «Β» του / της εκπαιδευτικού είναι: **Κατάλληλη**

5.2 Να παραθέσετε ένα (1) πλεονέκτημα και ένα (1) μειονέκτημα της Ενέργειας «Α» του / της εκπαιδευτικού. (2 μονάδες)

➤ **Πλεονέκτημα της Ενέργειας «Α»:**

- i. Ο/η εκπαιδευτικός στη συγκεκριμένη περίπτωση, αναπτύσσει το πνεύμα συνεργασίας στο τμήμα που διδάσκει, καθώς και την παροχή αλληλοβοήθειας μεταξύ των μαθητών / μαθητριών ολόκληρου του τμήματος.

➤ **Μειονέκτημα της Ενέργειας «Α» :**

- i. Ο/η εκπαιδευτικός έχει την ευθύνη στα πλαίσια των καθηκόντων και των υποχρεώσεων του/της, να αναλαμβάνει ο ίδιος / η ίδια την εκπαίδευση των μαθητών / μαθητριών που αφορά στην ασφαλή χρήση του εργαστηριακού εξοπλισμού. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, δεν είναι εφικτό να δοθούν ευθύνες / καθήκοντα εκπαίδευσης στη μαθήτρια η οποία γνωρίζει με επάρκεια τη χρήση εξοπλισμού του εργαστηρίου, ώστε να αναλάβει προσφέροντας τη βοήθειά της στη συμμαθήτριά της.
- ii. Ο/η εκπαιδευτικός οφείλει να αξιοποιεί ισότιμα τις δυνατότητες των μαθητών / μαθητριών του τμήματος. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, θα σημειωθεί καθυστέρηση στην πραγματοποίηση των κατασκευαστικών εργασιών της μαθήτριας η οποία θα καλεστεί από τον/την εκπαιδευτικό, να προσφέρει τη βοήθειά της προς τη συμμαθήτριά της.
- iii. Στη περίπτωση που η βιομηχανική γαζωτική μηχανή δεν προετοιμαστεί σωστά, από πιθανή παράβλεψη της μαθήτριας που καλέστηκε να προσφέρει τη βοήθειά της, ο/η εκπαιδευτικός δεν αποτρέπει τυχόν ατυχήματα τα οποία εμπíπτουν στα θέματα ασφάλειας του εργαστηρίου.

**ΤΕΛΟΣ ΜΕΡΟΥΣ Α´
ΑΚΟΛΟΥΘΕΙ ΤΟ ΜΕΡΟΣ Β**

ΜΕΡΟΣ Β΄: (Μονάδες 30)

Αποτελείται από πέντε (5) ερωτήσεις.

Κάθε ορθή απάντηση βαθμολογείται με έξι (6) μονάδες.

Ερώτηση 6

(Μονάδες 6)

6.1 Ο/η εκπαιδευτικός που διδάσκει το μάθημα Μάρκετινγκ Μόδας του Γ΄ έτους, στο προηγούμενο μάθημα είχε διδάξει την υπο-ενότητα με θέμα «Τα ηθικά ζητήματα του Μάρκετινγκ Μόδας».

Στο τέλος του μαθήματος, ο/η εκπαιδευτικός ανάθεσε στους μαθητές / στις μαθήτριες μία (1) ερευνητική εργασία, στην οποία τους ζητούσε να επιλέξουν και να διερευνήσουν μόνο ένα (1) από τα τέσσερα (4) θέματα που αφορούν «Τα ηθικά ζητήματα του Μάρκετινγκ Μόδας».

Να απαντήσετε στο παρακάτω Ερώτημα.

Να καταγράψετε τις οδηγίες της ερευνητικής εργασίας που έχει αναθέσει ο/η εκπαιδευτικός στους μαθητές / μαθήτριες, με θέμα «Τα ηθικά ζητήματα του Μάρκετινγκ».

Επιπρόσθετα, οι οδηγίες οι οποίες θα δοθούν, θα πρέπει να είναι σαφείς όσον αφορά: Στο θέμα, στα χρονοδιαγράμματα, στις οδηγίες της μεθόδου, στον τρόπο παρουσίασης της εργασίας και στα κριτήρια της βαθμολογίας.

(4 μονάδες)

➤ **Η ανάθεση της ερευνητικής εργασίας στους μαθητές / μαθήτριες από τον/την εκπαιδευτικό θα μπορούσε να καταγραφεί όπως πιο κάτω:**

i. Θέμα ερευνητικής εργασίας: «Τα ηθικά ζητήματα του Μάρκετινγκ»

Να διεξάγετε μία (1) ερευνητική εργασία, επιλέγοντας ένα (1) από τα τέσσερα (4) πιο κάτω θέματα που αφορούν στα «Ηθικά ζητήματα του Μάρκετινγκ».

(α) Η εγγύηση των προϊόντων / «Guarantee».

(β) Ο υπερκαταναλωτισμός και η επιβάρυνση στο περιβάλλον.

(γ) Τα μοντέλα και η εικόνα που εκπέμπουν.

(δ) Το Δίκαιο Εμπόριο / «Fairtrade» και τα εργοστάσια “sweatshop”.

ii. Χρονοδιαγράμματα ερευνητικής εργασίας:

(α) **Ημέρα και ημερομηνία παράδοσης της ερευνητικής εργασίας:**

Π.χ., Πέμπτη, ... Δεκεμβρίου 2020

(β) **Διάρκεια παρουσίασης ατομικής ερευνητικής εργασίας των μαθητών / μαθητριών:**

Θα παραχωρηθεί σε όλους τους μαθητές / μαθήτριες, χρονική διάρκεια δεκαπέντε λεπτών (15΄), με σκοπό να παρουσιάσετε την ερευνητική σας εργασία ενώπιον όλων των συμμαθητών και συμμαθητριών σας.

(γ) Διάρκεια συζήτησης / ανταλλαγής απόψεων:

Καθώς ολοκληρωθούν όλες οι παρουσιάσεις των ερευνητικών εργασιών από όλους τους μαθητές / μαθήτριες του τμήματος, θα ακολουθήσει συζήτηση με σκοπό την ανταλλαγή απόψεων / επεξηγήσεων, με χρονική διάρκεια (30΄).

iii. Μέθοδος και τρόπος παρουσίασης ερευνητικής εργασίας:

- (α) Η έρευνα θα πραγματοποιηθεί μέσα από το διαδίκτυο, σε συνδυασμό με έρευνα στην αγορά του τομέα Μόδας.
- (β) Η παρουσίαση της ερευνητικής εργασίας, θα πραγματοποιηθεί:
 - ο Είτε σε πρόγραμμα παρουσίασης / «Power Point».
 - ο Είτε σε πίνακα παρουσίασης / «story board».
- (γ) Όλοι οι μαθητές / μαθήτριες του τμήματος, θα παρουσιάσετε ενώπιον των συμμαθητών / συμμαθητριών σας, την ερευνητική εργασία την οποία θα πραγματοποιήσετε.

iv. Βαθμολογία ερευνητικής εργασίας:

Η ερευνητική εργασία θα βαθμολογηθεί με βάση:

- ο Το θέμα που έχετε επιλέξει.
- ο Την εμβάθυνση της διερεύνησης για το θέματος που έχετε επιλέξει.
- ο Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του θέματος.
- ο Την παρουσίαση της ερευνητικής εργασίας στην τάξη.

6.2 Να επεξηγήσετε την έννοια «Δίκαιο Εμπόριο» / «Fairtrade». (2 μονάδες)

Το «Δίκαιο Εμπόριο» / «Fairtrade», είναι μια ελεγχόμενη θεσμική ρύθμιση με πρότυπα, που αποσκοπεί να βοηθήσει τους παραγωγούς στις αναπτυσσόμενες χώρες να επιτύχουν καλύτερους όρους συναλλαγών.

Το «Δίκαιο Εμπόριο» / «Fairtrade», προωθεί την αιεφόρο ανάπτυξη, προσφέροντας καλύτερους όρους συναλλαγών και εξασφαλίζοντας τα δικαιώματα των περιθωριοποιημένων παραγωγών και εργαζομένων στις αναπτυσσόμενες χώρες.

Ερώτηση 7

(Μονάδες 6)

Ο/η εκπαιδευτικός κατά τη διδασκαλία του μαθήματος Μάρκετινγκ Μόδας του Γ΄ έτους στην ενότητα «Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ Μόδας», έχει παρουσιάσει στους μαθητές / μαθήτριές του, τις διάφορες απόψεις / προσεγγίσεις που αφορούν στον τρόπο λειτουργίας του «Μάρκετινγκ Μόδας» οι οποίες επικρατούν διεθνώς.

Οι τρεις (3) απόψεις / προσεγγίσεις είναι οι παρακάτω:

- ο «Το Μάρκετινγκ Μόδας ως προώθηση» με επίκεντρο το «Σχεδιασμό».
- ο «Ο Σχεδιασμός ως συνταγή έρευνας» με επίκεντρο το «Μάρκετινγκ».
- ο «Το Μάρκετινγκ Μόδας», το οποίο βασίζεται στην αλληλεπίδραση του σχεδιασμού μαζί με το «Μάρκετινγκ».

Στο επόμενο μάθημα, ο/η εκπαιδευτικός παραθέτει στους μαθητές / μαθήτριες τα παρακάτω δύο (2) **Ερωτήματα «Α»** και **«Β»**, με σκοπό να ανακαλέσει τις γνώσεις που έχουν αποκτήσει στο προηγούμενο μάθημα.

Ερώτημα «Α»: «Ποιες είναι οι τρεις (3) απόψεις / προσεγγίσεις οι οποίες επικρατούν για τον τρόπο λειτουργίας του Μάρκετινγκ Μόδας;»

Ερώτημα «Β»: «Ποια από τις τρεις (3) απόψεις / προσεγγίσεις πιστεύετε ότι είναι η πιο αποτελεσματική, για την επιτυχία και την κερδοφορία μιας επιχείρησης Μόδας;»

Στο παρακάτω πλαίσιο, παρουσιάζονται οι απαντήσεις που έδωσε ένας μαθητής στα πιο πάνω **Ερωτήματα «Α»** και **«Β»**.

Οι απαντήσεις που έδωσε ένας μαθητής στα Ερωτήματα «Α» και «Β»:

Στο ερώτημα «Α»:

Ο μαθητής απαντά ορθά, όσον αφορά στις τρεις απόψεις / προσεγγίσεις που αφορούν στον τρόπο λειτουργίας του «Μάρκετινγκ Μόδας».

Οι τρεις (3) απόψεις / προσεγγίσεις είναι οι παρακάτω:

- «Το Μάρκετινγκ Μόδας ως προώθηση» με επίκεντρο το «Σχεδιασμό».
- «Ο Σχεδιασμός ως συνταγή έρευνας» με επίκεντρο το «Μάρκετινγκ».
- «Το Μάρκετινγκ Μόδας», το οποίο βασίζεται στην αλληλεπίδραση του σχεδιασμού μαζί με το «Μάρκετινγκ».

Στο ερώτημα «Β»:

Ο μαθητής απαντά λανθασμένα, ότι η προσέγγιση «Ο Σχεδιασμός ως συνταγή έρευνας» με επίκεντρο το «Μάρκετινγκ», είναι η πιο αποτελεσματική για την επιτυχία και την κερδοφορία σε μια επιχείρηση Μόδας.

Στο παρακάτω πλαίσιο, παρουσιάζεται ο τρόπος που ο/η εκπαιδευτικός απευθύνεται στο μαθητή.

Η απάντηση του/της εκπαιδευτικού προς το μαθητή:

Ο/η εκπαιδευτικός απευθύνεται αμέσως στο μαθητή, λέγοντάς του ότι έχει απαντήσει λανθασμένα και συνεχίζει το μάθημα.

Να απαντήσετε στο παρακάτω Ερώτημα.

Να καταγράψετε πώς θα έπρεπε να ενεργήσει ο/η εκπαιδευτικός, μετά από τη λανθασμένη απάντηση του μαθητή.

Ο/ η εκπαιδευτικός θα έπρεπε αρχικά να επιβραβεύσει το συγκεκριμένο μαθητή με τη λέξη «μπράβο» για την ορθή απάντηση που έχει δώσει για το ερώτημα «Α».

Ακολούθως, ο/η εκπαιδευτικός θα έπρεπε να προβεί σε περαιτέρω ερωτήσεις απευθυνόμενος προς το μαθητή καθοδηγώντας τόσο τον ίδιο, όσον και τους υπόλοιπους μαθητές / μαθήτριες του τμήματος προς τη σωστή απάντηση.

Η αντιμετώπιση του / της εκπαιδευτικού προς το μαθητή, είναι δυνατό να τον αποθαρρύνει στην προσπάθειά του να βελτιωθεί η συμμετοχή και η επίδοσή του στο μάθημα.

Ερώτηση 8

(Μονάδες 6)

8.1 Ο/η εκπαιδευτικός στο μάθημα Τεχνολογίας Υφασμάτων του Β΄ έτους, για την ενότητα που αναφέρεται στην «Κατασκευή υφασμάτων», παραθέτει στους μαθητές / στις μαθήτριες τις τέσσερις (4) κύριες κατηγορίες στις οποίες ταξινομούνται τα υφάσματα.

Οι πιο κάτω Εικόνες 9, 10, 11 και 12, παρουσιάζουν υφάσματα που ανήκουν στις τέσσερις (4) κύριες κατηγορίες υφασμάτων.

Να αναγνωρίσετε τις τέσσερις (4) κύριες κατηγορίες υφασμάτων και να τις καταγράψετε στον ΠΙΝΑΚΑ 3, στη ΣΤΗΛΗ: «Κύριες κατηγορίες υφασμάτων».

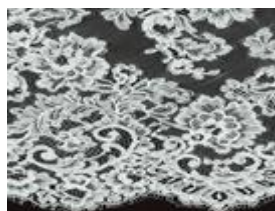
(2 μονάδες)



Εικόνα 9



Εικόνα 10



Εικόνα 11



Εικόνα 12

ΠΙΝΑΚΑΣ 3	
ΣΤΗΛΗ: Εικόνες	ΣΤΗΛΗ: «Κύριες κατηγορίες υφασμάτων»
Η Εικόνα 9 απεικονίζει ...	Την κατηγορία των «υφαντών» υφασμάτων.
Η Εικόνα 10 απεικονίζει ...	Την κατηγορία των «επικολλημένων» υφασμάτων.
Η Εικόνα 11 απεικονίζει ...	Την κατηγορία των «μη υφασμένων» υφασμάτων.
Η Εικόνα 12 απεικονίζει ...	Την κατηγορία των «πλεχτών» υφασμάτων.

8.2 Να παραθέσετε τους τέσσερις (4) λόγους για την ύπαρξη των διαφορετικών μεθόδων / τρόπων κατασκευής και χρήσης των υφασμάτων, που θα διδάξει ο/η εκπαιδευτικός κατά τη διδασκαλία του/της. (4 μονάδες)

Οι τέσσερις (4) λόγοι για την ύπαρξη των διαφορετικών μεθόδων / τρόπων κατασκευής και χρήσης των υφασμάτων είναι:

- i. **Αισθητικοί λόγοι:** Ο τρόπος κατά τον οποίο κατασκευάζεται ένα ύφασμα συμβάλλει στην εμφάνιση, στην υφή και στο πέσιμό του.
- ii. **Πρακτικοί λόγοι:** Ο τρόπος κατά τον οποίο κατασκευάζεται ένα ύφασμα, μπορεί να του προσφέρει ιδιότητες, ώστε να το καταστήσει κατάλληλο για διάφορους σκοπούς στη χρήση του.
- iii. **Οικονομικοί λόγοι:** Μερικοί τρόποι κατασκευής των υφασμάτων είναι πολύ γρήγοροι από κάποιους άλλους, με αποτέλεσμα να είναι πιο οικονομικοί.
- iv. **Τεχνικοί λόγοι:** Διάφοροι τρόποι κατασκευής των υφασμάτων, έχουν γίνει κατορθωτοί, λόγω της ανάπτυξης της νέας τεχνολογίας και των νέων ινών.

Ερώτηση 9

(Μονάδες 6)

9.1 Να επεξηγήσετε τον ορισμό «ιδανικό απόθεμα εμπορευμάτων». (2 μονάδες)

Το «ιδανικό απόθεμα εμπορευμάτων» είναι ένας συνδυασμός εμπορευμάτων, τα οποία πρέπει να αγοραστούν από τους υπεύθυνους αγορών των επιχειρήσεων, με σκοπό να καλύψουν τις ανάγκες του καταστήματος και κατ' επέκταση τις προτιμήσεις / ανάγκες των καταναλωτών.

9.2 Ο/η εκπαιδευτικός διδάσκει το μάθημα Μάρκετινγκ Μόδας στα δύο τμήματα του Γ' έτους, ΕΕ3α και ΕΕ3β.

Στα παρακάτω πλαίσια να ΜΕΛΕΤΗΣΕΤΕ ΜΟΝΟ τα ΣΕΝΑΡΙΑ «Α» και «Β».

ΣΕΝΑΡΙΟ «Α»

Κατά τη σύνταξη του εξεταστικού δοκιμίου για τους μαθητές / μαθήτριες του τμήματος **ΕΕ3α** για την Ενότητα «Τα καταστήματα ειδών ένδυσης», ο/η εκπαιδευτικός **αποφασίζει να ελέγξει τη γνώση των μαθητών / μαθητριών** για τα καθήκοντα και τις ευθύνες του Υπεύθυνου Αγορών της επιχείρησης με την πιο κάτω ερώτηση:

Τμήμα ΕΕ3α:

Να συμπληρώσετε τα κενά στις πιο κάτω προτάσεις όσον αφορά στα καθήκοντα του Υπεύθυνου Αγορών, ο οποίος εργάζεται σε ένα κατάστημα ένδυσης επιλέγοντας από τις πιο κάτω λέξεις:

Λέξεις: ανάλυση, έρευνα, επιλογή, τιμολόγηση, προμηθευτές, σχεδίαση, φύλαξη.

Τα καθήκοντα και οι ευθύνες του Υπευθύνου αγορών ο οποίος εργάζεται σε ένα κατάστημα ένδυσης είναι:

- στην αγορά Μόδας, ανταγωνιστές και τάσεις Μόδας.
- Η διαπραγμάτευση και η επικοινωνία με τους προμηθευτές και τους παράγωγους ενδυμάτων.
- Η και η αγορά των εμπορευμάτων.
- Η των εμπορευμάτων.
- Η δημιουργία του πλάνου αγορών, πωλήσεων και κέρδους.
- και παρακολούθηση πωλήσεων και κέρδους.
- Η δημιουργία και η παρουσίαση εκθέσεων όσον αφορά στα εμπορεύματα.
- Οι επισκέψεις στους
- Η συνεργασία με το τμήμα Μάρκετινγκ για την προώθηση των εμπορευμάτων.

ΣΕΝΑΡΙΟ «Β»

Κατά τη σύνταξη του εξεταστικού δοκιμίου για τους μαθητές / μαθήτριες του τμήματος **ΕΕ3β** για την Ενότητα «Τα καταστήματα ειδών ένδυσης», ο/η εκπαιδευτικός **αποφασίζει να ελέγξει τη γνώση των μαθητών / μαθητριών** για τα καθήκοντα και τις ευθύνες του Υπεύθυνου Αγορών της επιχείρησης με την πιο κάτω ερώτηση:

Τμήμα ΕΕ3β:

Να αναφέρετε τα καθήκοντα του Υπεύθυνου Αγορών ο οποίος εργάζεται σε ένα κατάστημα ένδυσης.

Να αναφέρετε το λόγο που ώθησε τον / την εκπαιδευτικό στη διαφοροποίηση του τύπου του εξεταστικού δοκιμίου στα δύο τμήματα, ΕΕ3α και ΕΕ3β.

(4 μονάδες)

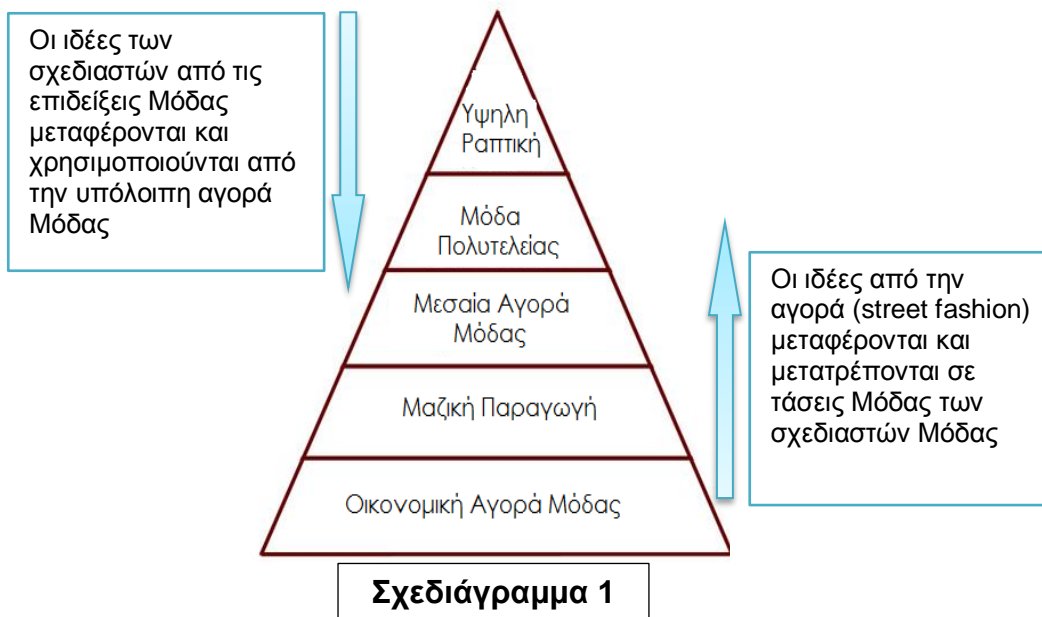
Ο/η εκπαιδευτικός που διδάσκει και εξετάζει το ίδιο μάθημα στα δύο τμήματα, ΕΕα και ΕΕ3β, έχει αποφασίσει να διαφοροποιήσει τον τύπο της ερώτησης, επειδή έχει αντιληφθεί ότι η επίδοση / απόδοση των μαθητών / μαθητριών των δύο τμημάτων, του ΕΕ3α και του ΕΕ3β, είναι πολύ διαφορετική.

Αν και στις δυο περιπτώσεις ο/η εκπαιδευτικός ελέγχει την ίδια γνώση των μαθητών / μαθητριών, ο βαθμός δυσκολίας της είναι διαφορετικός στην καθεμία περίπτωση.

Ερώτηση 10

(Μονάδες 6)

Ο/η εκπαιδευτικός που διδάσκει το μάθημα Μάρκετινγκ Μόδας του Γ' έτους, έχει παρουσιάσει στους μαθητές / μαθήτριες το παρακάτω **Σχεδιάγραμμα 1**, το οποίο αφορά στα πέντε (5) πιο σημαντικά επίπεδα της ιεραρχίας της Μόδας.



Να επιλέξετε και να σχολιάσετε δύο (2) από τα πέντε (5) πιο πάνω επίπεδα της ιεραρχίας της Μόδας, (βλέπε Σχεδιάγραμμα 1).

- i. **Υψηλή Ραπτική- Haute Couture:**
Η Υψηλή Ραπτική αναφέρεται στη δημιουργία αποκλειστικών πρωτότυπων και υψηλού κόστους ενδύματα. Βασίζεται στην εμπειρογνωμοσύνη που διαθέτουν οι τεχνίτες της, καθώς είναι ειδικευμένοι σε πολύ ψηλό επίπεδο.
Τα ενδύματα στο επίπεδο αυτό, σχεδιάζονται και κατασκευάζονται μετά από παραγγελία των αφοσιωμένων ιδιωτών πελατών των οίκων μόδας, στα μέτρα του καθενός / made-to-measure, καθώς αυτοί δαπανούν / επενδύουν μεγάλα χρηματικά ποσά για την εξωτερική τους εμφάνιση.
- ii. **Μόδα Πολυτελείας- Luxury Fashion:**
Οι σχεδιαστές Μόδας και οι σχεδιαστικοί οίκοι Μόδας που δραστηριοποιούνται στο επίπεδο αυτό, σχεδιάζουν και κατασκευάζουν ενδύματα τα οποία διακρίνονται στο σχεδιασμό και στην ποιότητά τους. Τα ενδύματα του επιπέδου Μόδας Πολυτελείας, παράγονται στις βιομηχανίες ένδυσης, με τη μέθοδο της μαζικής παραγωγής και τις περισσότερες φορές δεν είναι χειροποίητα, όπως συμβαίνει στην περίπτωση της Υψηλής Ραπτικής.
- iii. **Ενδύματα Μεσαίας αγοράς- Middle Market / Bridge:**
Τα ενδύματα που ανήκουν στην κατηγορία της Μεσαίας αγοράς, προορίζονται προς τον καταναλωτή ο οποίος επιθυμεί να αποκτήσει επιμελημένα ενδύματα, κατασκευασμένα με καλής ποιότητας υλικά, με προσεγμένη κατασκευή και έχοντας κάποιο ιδιαίτερο χαρακτηριστικό στο σχέδιό του, χωρίς όμως να επενδύσει υπερβολικό χρηματικό πόσο στις αγορές του.
- iv. **Μαζική Παραγωγή – Mass Market (production) / High Street:**
Η μαζική παραγωγή εξυπηρετεί πολλά κοινωνικά επίπεδα καταναλωτών και βασίζεται στην παραγωγή μεγάλης ποσότητας ενδυμάτων, στην ταχύτητα της κατασκευής τους και στο χαμηλό κόστος τους. Για την κατασκευή των ενδυμάτων στο επίπεδο της μαζικής παραγωγής, αξιοποιούνται δημιουργικά φθηνά υφάσματα, χρησιμοποιούνται απλές τεχνικές οι οποίες δεν είναι χρονοβόρες, δεν περιλαμβάνουν χειροποίητη διαδικασία στο σχέδιό τους και προσφέρονται προς τους καταναλωτές σε προσιτές / χαμηλές τιμές.
- v. **Οικονομική Αγορά Μόδας – Budget / Value Fashion:**
Τα προϊόντα Μόδας που ανήκουν στο επίπεδο Οικονομικής Αγοράς Μόδας, απευθύνονται προς όλα τα κοινωνικά επίπεδα / ομάδες καταναλωτών και έχουν σκοπό να καλύπτουν όλες τις βασικές ενδυματολογικές ανάγκες των ατόμων της κοινωνίας. Το επίπεδο της Οικονομικής Αγοράς Μόδας, διοχετεύει στην αγορά μεγάλες ποσότητες βασικών προϊόντων, τα οποία δεν φημίζονται για την ποιότητά τους, αλλά όμως για την τιμή τους καθώς το κόστος των προϊόντων αυτών αρχίζει από εξαιρετικά χαμηλές τιμές.

**ΤΕΛΟΣ ΜΕΡΟΥΣ Β΄
ΑΚΟΛΟΥΘΕΙ ΤΟ ΜΕΡΟΣ Γ΄**

ΜΕΡΟΣ Γ': (Μονάδες 50)

**Αποτελείται από τρεις (3) ΣΧΕΔΙΑΣΤΙΚΕΣ / ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΙΚΕΣ
ΑΣΚΗΣΕΙΣ.**

Ερώτηση 11 - Σχεδιαστική Άσκηση

(Μονάδες 20)

ΘΕΜΑ: Σχεδιασμός γυναικείου συνόλου ενδυμάτων

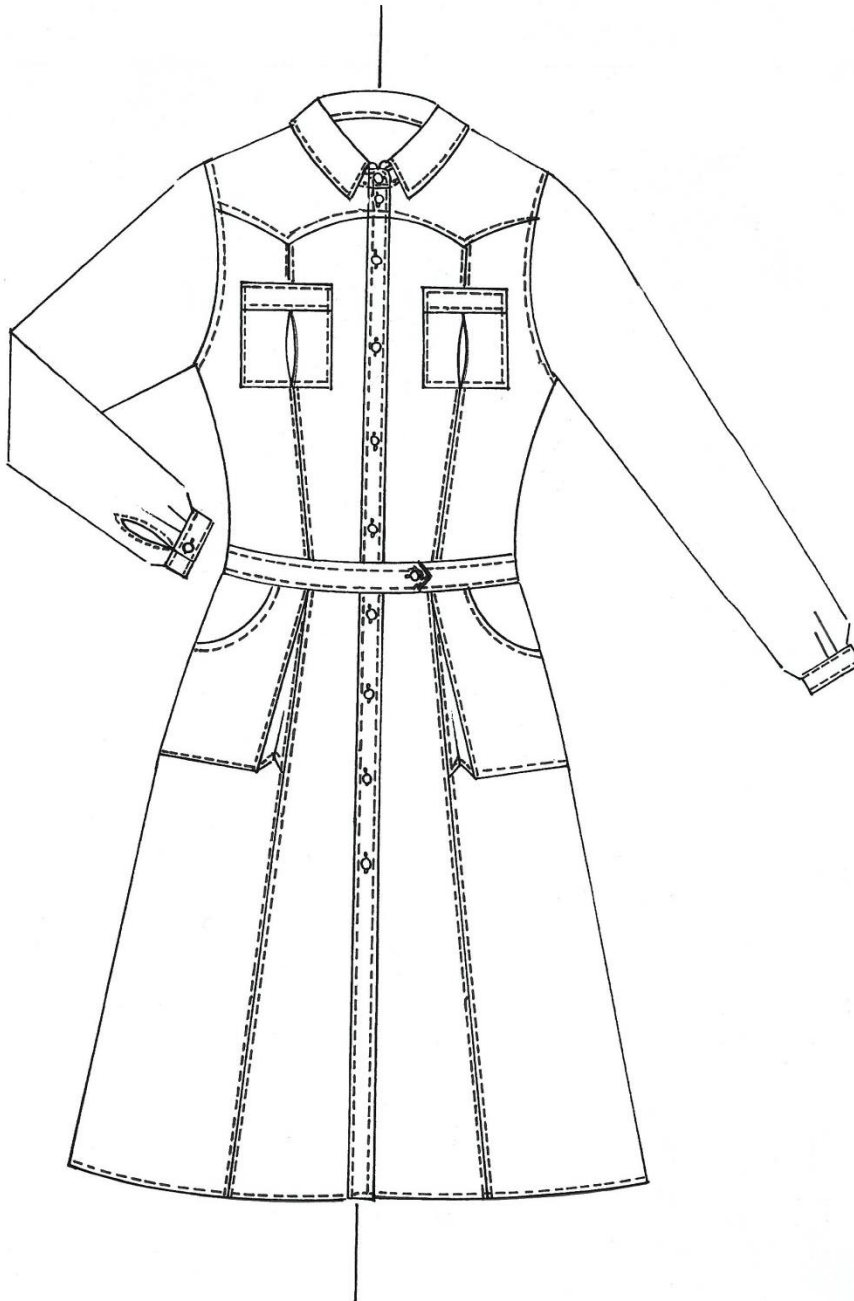


Τα επιμέρους κριτήρια βαθμολογίας της Ερώτησης 11 - ΣΧΕΔΙΑΣΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ είναι:	Μονάδες
Σχεδιαστική απόδοση των σχεδίων ενδυμάτων, φούστας και μπλούζας	10
Σχεδιαστικές λεπτομέρειες των ενδυμάτων	8
Ποιότητα και καθαρότητα των σχεδίων	2
Σύνολο	20

Ερώτηση 12 – Σχεδιαστική / Κατασκευαστική Άσκηση

(Μονάδες 10)

ΘΕΜΑ: Το Σχέδιο Παραγωγής γυναικείου φορέματος



Τα κριτήρια βαθμολογίας της Ερώτησης 12 ΣΧΕΔΙΑΣΤΙΚΗΣ / ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ είναι:	Μονάδες
Τεχνική απόδοση του Σχεδίου Παραγωγής, μπροστινή όψη	7
Αντικατοπτρισμός Σχεδίου Παραγωγής ενδύματος στο ρυζόχαρτο (tracing paper) A4	2
Ποιότητα και καθαρότητα των σχεδίων	1
Σύνολο	10

ΘΕΜΑ: Σχεδιαστική / Κατασκευαστική άσκηση πατρών ενδύματος

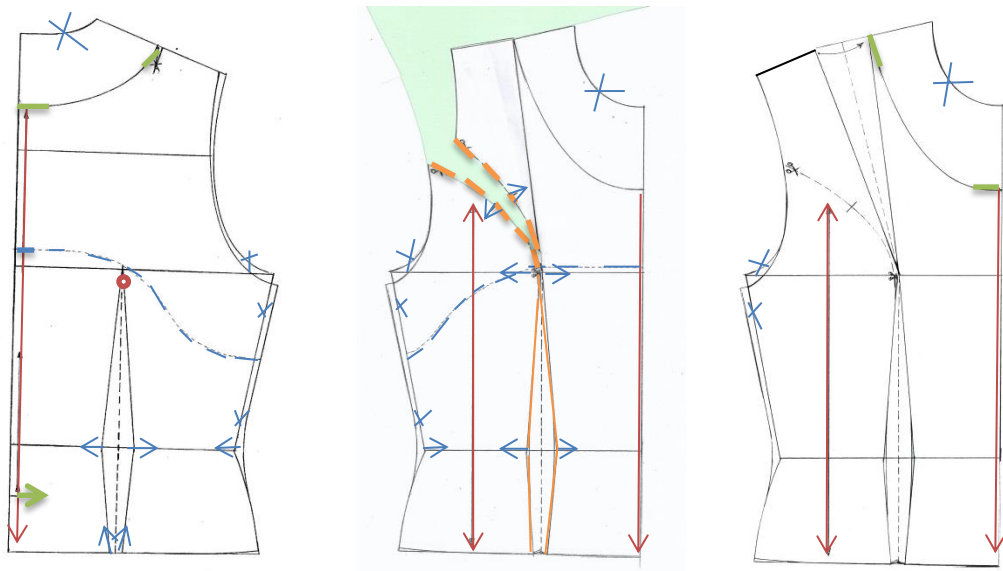
Σημείωση:

1. Σε όλα τα πατρών ανάπτυξης, καθώς και σε όλα τα τελικά βιομηχανικά πατρών μπροστά, πίσω καθώς και των συμπληρωματικών πατρών του ενδύματος, θα πρέπει να αναγράφονται οι παρακάτω πληροφορίες, όπως ορίζονται στις οδηγίες της σχεδιαστικής / κατασκευαστικής άσκησης:

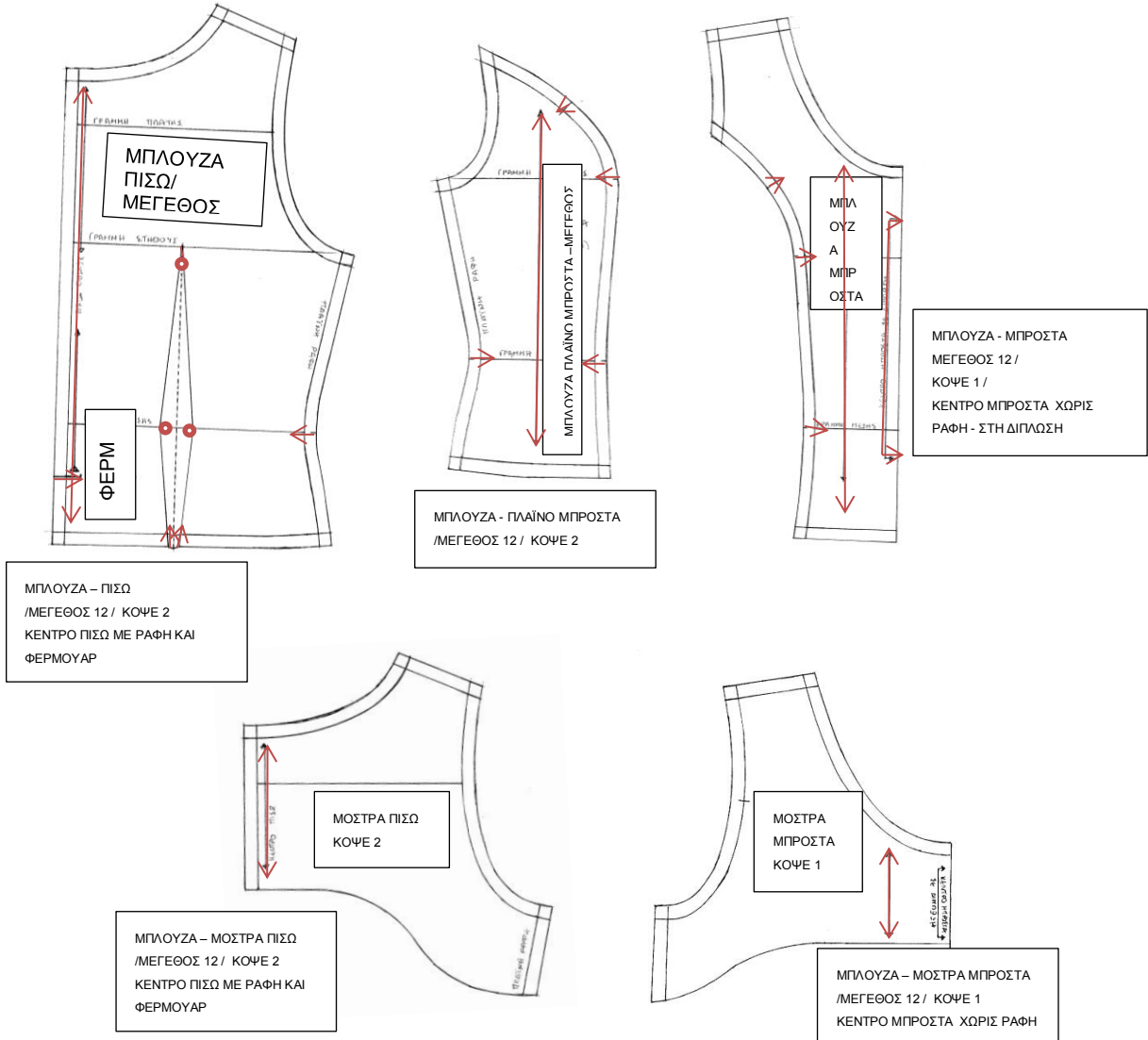
- ο Το κέντρο μπροστά και το κέντρο πίσω.
- ο Στο κέντρο μπροστά και στο κέντρο πίσω του πατρών ενδύματος ενδείκνυται εάν η κοπή του πατρών γίνεται με δίπλωση του υφάσματος (π.χ., κέντρο μπροστά χωρίς ραφή) ή εάν υπάρχει ραφή (π.χ., κέντρο πίσω με ραφή).
- ο Η γραμμή κατεύθυνσης για το καθένα τμήμα πατρών του ενδύματος (S.G).
- ο Ο τίτλος του πατρών, (π.χ., Μπλουζα / Πλαινό Μπροστά).
- ο Το Μέγεθος, (π.χ., Μέγεθος 12).
- ο Οι φορές κοπής του καθενός τμήματος πατρών του ενδύματος, (π.χ., Κόψε 2 / Cut 2).
- ο Άλλες πληροφορίες: π.χ., Το σημείο στο οποίο τερματίζει το φερμουάρ του ενδύματος.

2. Τα παρακάτω πατρών ανάπτυξης και τα τελικά βιομηχανικά πατρών του ενδύματος μπροστά και πίσω, καθώς και των συμπληρωματικών πατρών, αποτελούν κατευθυντήρια ένδειξη για την επίλυση της σχεδιαστικής / κατασκευαστικής άσκησης.

Τα πατρών ανάπτυξης μπροστά και πίσω, καθώς και των συμπληρωματικών πατρών του ενδύματος:



Τα τελικά βιομηχανικά πατρόν του ενδύματος:



Τα κριτήρια βαθμολογίας της Ερώτησης 13 ΣΧΕΔΙΑΣΤΙΚΗΣ / ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ είναι:	Μονάδες
Τεχνική ανάπτυξη βασικού πατρόν ενδύματος, μπροστά και πίσω	10
Τελικά βιομηχανικά πατρόν ενδύματος μπροστά και πίσω	8
Ποιότητα και καθαρότητα τελικών βιομηχανικών πατρόν	2
Σύνολο	20

ΤΕΛΟΣ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΟΥ ΔΟΚΙΜΙΟΥ

Σημείωση:

Στις επόμενες σελίδες επισυνάπτονται τα ακόλουθα:

- Η γυναικεία φιγούρα σχεδίου μόδας για το σχεδιασμό του γυναικείου συνόλου ενδυμάτων.
- Το περίγραμμα φορέματος για το σχεδιασμό / κατασκευή του «Σχεδίου Παραγωγής».



