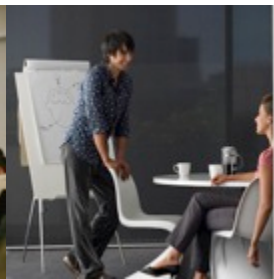


instituto **rio**
moda



Cool Hunting

Branding

Marketing Sensorial

Marketing para Negócios de Moda

Construção da Imagem da Marca

Jornalismo de Moda e Novas Mídias

Consumo e Cultura

Como fazer um desfile de moda

Moda e Comunicação

Desenvolvimento de Coleção

instituto
rio
moda

Programação 2008

Cool Hunting

Neste workshop abordaram-se os elementos que influenciam na percepção do indivíduo e no desenvolvimento do gosto. Analisou-se, ainda, o funcionamento das previsões de tendências e de como toda a máquina da moda é regida por valores pré-estabelecidos. Ao final do workshop, os participantes foram organizados em grupos para montar painéis sobre as tendências de Inverno 2008 como forma de aplicação do conteúdo apreendido.



Facilitado por Patrícia Douat
25 e 26 de setembro de 2008

instituto **rio**
moda

Branding

Designers e empresários participaram desse workshop, que mostrou de forma simples e dinâmica como contar histórias ajuda na divulgação da imagem de uma marca e lhe rende bons ganchos de mídia, técnica conhecida como storytelling. Através da exibição de filmes e da análise de cases, comprovou-se a importância desta ferramenta de promoção da marca e consolidação da mesma em sincronia com seu público alvo.



Facilitado por Paula Limena
2 e 3 de outubro de 2008

instituto **rio**
moda

Marketing Sensorial

Os cinco sentidos e sua aplicação na elaboração de vitrinas cada vez mais sedutoras são a ferramenta mais atual do merchandising. Neste workshop abordou-se como o principal fator de conclusão de vendas e conquista da fidelidade de público-alvo transcende qualidade do produto, envolvendo as sensações que ficam associadas à marca ou à loja. A chave para o sucesso acaba sendo o trabalho para estimular experiências sensoriais.



Facilitado por Sylvia Demetresco
6 e 7 de outubro de 2008

instituto **rio**
moda

Construção da Imagem da Marca

Com a exibição do filme "A identidade de nós mesmos", onde Wim Wenders explora a relação indivíduo-marca através da personalidade de Yohji Yamamoto, comentou-se a relação que temos com as marcas que escolhemos. O consumo torna-se um reflexo de nossa necessidade de assumir novas identidades e, para que isso aconteça da maneira esperada, é necessário criar e manter um perfil muito bem definido para a marca.



Facilitado por Ana Paula de Miranda
13, 20 e 27 de outubro de 2008

instituto **rio**
moda

Marketing para Negócios de Moda

Nesse workshop construíram-se gradativamente os conhecimentos do conceitual necessário para a elaboração de um plano de marketing. Por meio da divisão do conteúdo em três módulos, pôde-se explorar a aplicação consciente dos conceitos em exercícios de grupo, que visavam refletir a realidade dos participantes, entendendo marketing como uma filosofia de negócios aplicável a qualquer setor, inclusive moda.

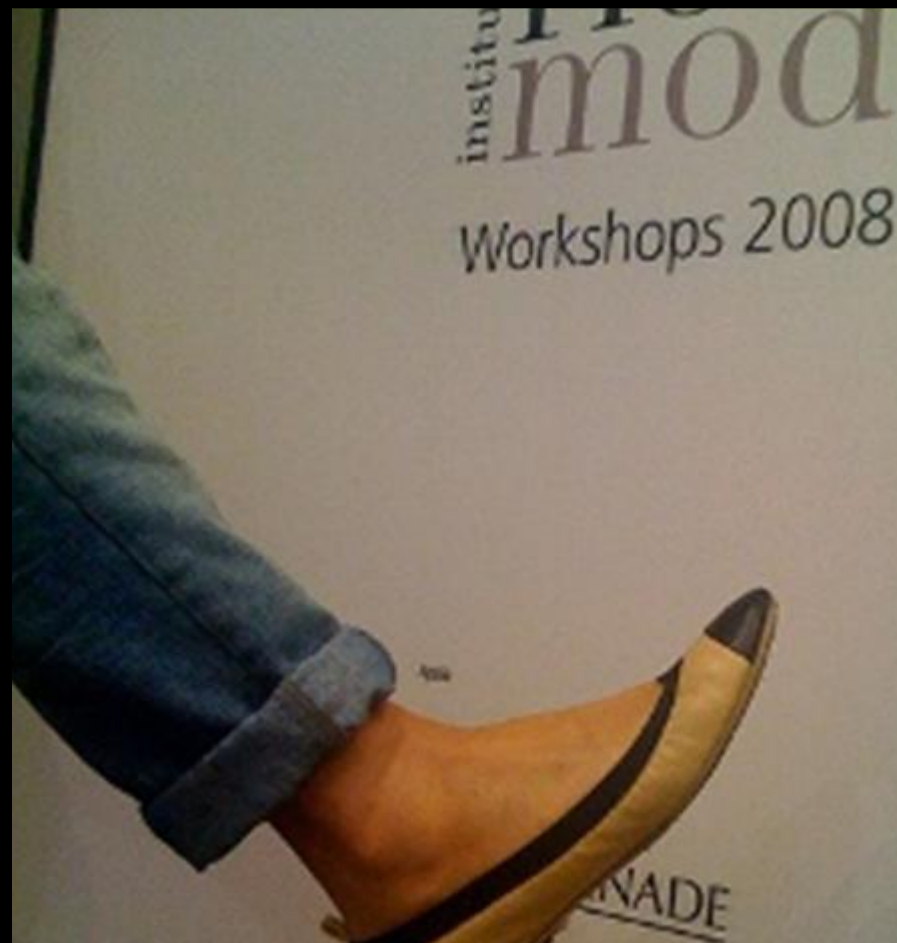


Facilitado por Roberto Meireles
16, 23 e 30 de outubro de 2008

instituto **rio**
moda

Jornalismo de Moda e Novas Mídias

Neste workshop explorou-se o universo da interatividade no novo jornalismo de moda. O crescente surgimento de blogs, portais e comunidades que abordam o tema com particularidade e conteúdo democratizam o processo de divulgação da moda. Através da utilização da tecnologia disponível é possível hoje publicar matérias, fotografias, cobrir eventos em tempo real, personalizando as notícias.



Facilitado por Alexandra Farah
17 e 18 de outubro de 2008

instituto **rio**
moda

Consumo e Cultura

Foi o workshop que teve como principal proposta a criação de uma consciência reflexiva acerca do consumo. Abordando fatos históricos e entendendo as influências interdependentes de cultura e comunicação, pode-se compreender que o consumo é em grande parte uma questão cultural absolutamente influenciada pelos canais mediáticos, que se moldam a determinadas situações e localidades.

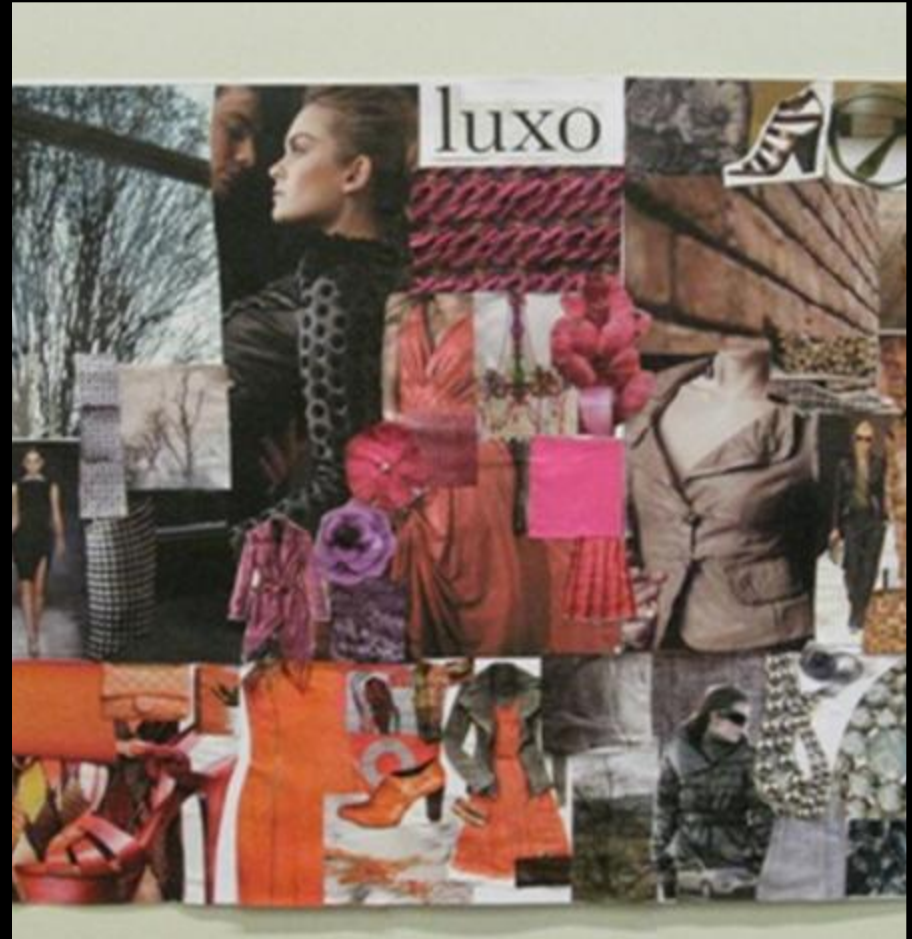


Facilitado por Malena Segura Contrera
6 e 7 de novembro de 2008

instituto **rio**
moda

Como Fazer um Desfile de Moda

Este workshop teve como principais objetivos entender todos os papéis envolvidos e a importância de cada um deles no processo de desenvolvimento de desfiles, sejam eles nacionais ou internacionais, conhecendo o funcionamento estrutural desde backstage até construção de orçamentos, produção e pós produção, construção de um relacionamento com a imprensa, etc.



Facilitado por Renata Zitune
10 e 11 de novembro de 2008

instituto **rio**
moda

Moda e Comunicação

Um workshop focado em traçar um panorama evolutivo da comunicação de moda a partir da segunda metade do século XX com destaque para a criação de imagens e a descoberta de caminhos para se estabelecer uma comunicação de excelência através de meios convencionais e alternativos. Pudemos visualizar possibilidades de pesquisa, atualização e produção de imagens e conteúdo de moda inseridos no planejamento de comunicação.



Facilitado por Elle Alves
17 e 18 de novembro de 2008

instituto **rio**
moda

Desenvolvimento de Coleção

Os participantes desse workshop puderam vivenciar todo o processo de criação de uma coleção em apenas um dia, como se prestassem consultoria para uma marca existente. Desde a identificação do perfil dessa marca até a elaboração de uma ficha técnica, passando pelas etapas de pesquisa de tendências e coordenação de tecidos, ao final do dia 5 peças foram escolhidas para serem efetivamente desenvolvidas e comercializadas pela marca.



Facilitado por Alessandra Marins e Juliana Lopes
06 de dezembro de 2008

instituto **rio**
moda