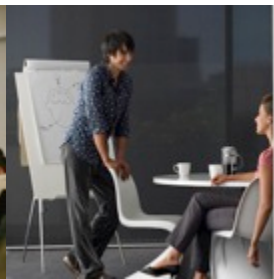


instituto **rio**
moda



instituto **rio**
moda

Workshops 2009

Demais Atividades
Educativas

instituto rio
moda

Workshops 2009

Demais Atividades
Educativas

instituto **rio**
moda

Construção da Imagem da Marca

Estamparia – Design e Aplicação

Desenvolvimento de Coleção

Moda: Criação e Criatividade

Forecasting

Jornalismo de Moda e Novas Mídias

Coolhunting

Marketing para Negócios de Moda

Mercados Internacionais

Branding

Desconstrução de Referências de Moda

Moda e Comunicação

Da Pesquisa ao Produto

Construção da Imagem da Marca

Neste workshop aprofundou-se o entendimento do fenômeno do consumo de vestuário de moda através do estudo do comportamento de consumo e das influências dos decisórios de compra.

O conteúdo apresentado capacitou o participante a desenvolver atuação integrada nas definições estratégicas e ações tático-operacionais no desenvolvimento e sustentação das marcas, como a relação entre imagem, marca e marketing, bem como estratégias de branding para projetar identidade, elaborar estratégias e implementar ações.



Facilitado por **Ana Paula de Miranda**
13 e 14 de Março de 2009

instituto **rio**
moda

Estamparia – Design e Aplicação

Neste workshop estudou-se estamparia têxtil, partindo-se de fatores técnicos relacionando-os com intenções estéticas e realidades produtivas, considerando processos de gestão e criação. A partir de briefings cedidos por empresas de moda reais, os participantes trilharam caminhos técnicos alternativos e conceberam estampas com apoio da facilitadora.

Ao final do workshop, cada participante, individualmente ou em grupo, gerou uma série de ensaios que foram digitalmente estampados em quantidades de amostra.



Facilitado por **Celaine Refosco**

20 e 21 de Março / 6 e 7 de Novembro de 2009

instituto **rio**
moda

Moda: Criação e Criatividade

Neste workshop abordou-se a pesquisa de moda na sua relação com os mais diversos temas, para a conceituação de uma coleção, tomando como referência o processo de pesquisa e desenvolvimento da marca Ronaldo Fraga.

Ronaldo apresentou as etapas da decodificação de um tema para a elaboração de produtos, a seleção de cores, tecidos e insumos coordenados com a pesquisa de coleção, entendendo que a sutil diferença entre uma coleção de roupas e uma coleção de moda é a conexão entre pesquisa e decodificação.



Facilitado por **Ronaldo Fraga**
3 e 4 de Abril de 2009

instituto **rio**
moda

Forecasting

Neste workshop os participantes conheceram as etapas da coleta de informações para o desenvolvimento de um relatório de tendências, compreendendo a mecânica da indústria de previsões de tendências, das fibras até a moda de rua, a partir da exposição de conceitos e análise de imagens.

Ao final do workshop, cada participante conhecia os elementos que fazem parte da pesquisa de tendências, direcionando o olhar para as manifestações culturais que surgem nas tribos urbanas e que são traduzidas nas coleções dos designers.



Facilitado por **Juliana Lopes**
17 e 18 de Abril de 2009

instituto **rio**
moda

Jornalismo de Moda e Novas Mídias

Neste workshop os participantes aprenderam a ler uma notícia, captando a sua essência para entender o que é realmente novo, conheceram e compreenderam a utilização dos recursos tecnológicos e veículos atuais de destaque na internet, que ajudam na cobertura dinâmica da moda.

Ao final do workshop, cada participante foi capaz de desenvolver o raciocínio prático de cobertura de moda e publicação de artigos, reportagens e posts online com as principais ferramentas disponíveis na rede.



Facilitado por **Alexandra Farah**
30 de Maio de 2009

Coolhunting

Neste workshop os participantes aprenderam a organizar informações coletadas em pesquisa de campo sob a luz das metodologias strategic patterning e streetvision, analisaram materiais de diversas naturezas e elegeram a metodologia de pesquisa adequada.

Ao final do workshop, cada participante foi estimulado a mudar sua atitude para realizar pesquisas de tendências com aporte de conhecimentos teóricos e organização metodológica adequada ao segmento pesquisado, atingindo objetivos empresariais pré-delineados.



Facilitado por **Carol Garcia**
27 de Junho de 2009

instituto **rio**
moda

Marketing para Negócios de Moda

Realizando trabalhos em grupo e discutindo as especificidades do marketing aplicado ao setor da Moda, os participantes tornaram-se mais conscientes sobre a aplicação prática da gestão mercadológica no contexto desta cadeia produtiva. A partir de casos reais, abordando fabricantes, atacadistas e varejistas, vivenciaram o marketing como filosofia de negócios, visão estratégica e conjunto de técnicas de gestão, desenvolvendo ainda sensibilidade para compreender o comportamento do consumidor de Moda.



Facilitado por **Roberto Meireles**
26, 30 de Junho e 6 de Agosto de 2009

instituto **rio**
moda

Desenvolvimento de Coleção

Neste workshop os participantes foram divididos em grupos que, orientados pela facilitadora, percorreram todas as etapas de desenvolvimento de uma coleção. A referência para as mini-coleções desenvolvidas foi dada por uma marca real, a OH, BOY!, que efetivamente produziu e comercializou as peças concebidas pelo grupo mais bem avaliado no workshop. Ao final do workshop, cada participante foi estimulado a entender a criação e o desenvolvimento de produto como forma de planejamento para trabalhar a coleção.



Facilitado por **Alessandra Marins**
13 e 15 de Agosto de 2009

Mercados Internacionais

Neste workshop os participantes foram divididos em grupos para gerar um produto concreto, que consistiu em selecionar um look para pesquisa de elementos de marca-país. O trabalho de campo foi realizado nas ruas e lojas de Ipanema, buscando as imagens da cultura relevantes para o look eleito e descrevendo como a marca e/ou estilista se aproxima da cultura escolhida. Entenderam-se as diferenças culturais para tirar proveito das mesmas na concepção de imagem de marca.



Facilitado por **Carol Garcia**
21 e 22 de Agosto de 2009

instituto **rio**
moda

Branding

Neste workshop verificou-se a relação entre Moda e construção / gestão de marcas. Foi possível mapear o DNA de marcas de diversos segmentos e estabelecer bases para a construção de marcas no mundo da moda. O intuito foi mostrar a construção de histórias de marcas, que foram capazes de multiplicar a visibilidade das mesmas e potencializar suas principais características humanas positivas, movendo esse estudo. Estimulou-se a mudança de atitude dos participantes para humanizar marcas e relações com públicos diversos.



Facilitado por **Paula Limena**
26 de Setembro de 2009

Desconstrução de Referências de Moda

Neste workshop os participantes aprenderam a percepção de novos processos criativos e a compreensão da construção de linguagem através da desconstrução. Estimulou-se reflexões sobre a construção de linguagem a partir de fragmentos de referências. Os participantes trabalharam, em grupos, reciclando, intervindo e resignificando para criar um produto concreto.

Ao final do workshop, cada participante foi capaz de articular referências e criar a partir da desconstrução. Estimulou-se, também, a mudança de atitude para valorizar e pesquisar referências.



Facilitado por **Jum Nakao**
23 e 24 de Outubro de 2009

instituto **rio**
moda

Moda e Comunicação

Neste workshop abordou-se estratégias de comunicação de moda, a força das imagens na construção da comunicação de moda.

Cada participante foi capaz de identificar possibilidades de comunicação, planejar estratégias de comunicação e implementar processos de comunicação de marca ou produto.

Ao final do workshop, cada participante foi estimulado a mudar sua atitude para novas possibilidades de pesquisa, atualização e produção de imagens e conteúdo de moda inseridos no planejamento de comunicação.



Facilitado por **Elle Alves**

13 e 14 de Novembro de 2009

instituto **rio**
moda

Da Pesquisa ao Produto

Apresentou-se e discutiu-se o processo a ser percorrido entre a pesquisa e o desenvolvimento de um produto de Moda, abrangendo etapas que envolvem análise e determinação de estratégias.

Ao final do workshop, os participantes conheceram a complexidade do processo a ser percorrido para atingir objetivos propostos, sendo capazes de decodificar, filtrar, moldar e desdobrar tendências e foram estimulados a mudar sua atitude de receptores passivos das informações globais para adaptadores ativos.



Facilitado por **Evelyn Bonorino e Mirela Lacerda**
28 de Novembro de 2009

instituto **rio**
moda

instituto rio
moda

Workshops 2009

Demais Atividades
Educativas

instituto **rio**
moda

Workshops 2009

Demais Atividades
Educativas

instituto **rio**
moda

Showroom – Alto verão Carioca

Festival Universitário MTV

POPCORNER

Fashion Rio

Showroom Alto Verão Carioca 2009

Pela quarta vez consecutiva, a FIRJAN e o SENAI Moda promoveram o Alto Verão Carioca, que ofereceu um roteiro de visitas para 80 compradores VIPS, entre brasileiros internacionais, além de uma centena de outros compradores espontâneos. Como parte do Alto Verão Carioca, o Instituto Rio Moda coordenou um pool de nove designers que inauguravam suas operações de atacado, de forma a ganhar eficiência no processo de promover e expor suas coleções de alto verão. A partir de uma curadoria cuidadosa e um coaching estruturado, os resultados excederam as expectativas de todos os participantes.



15 a 18 de setembro de 2009

instituto **rio**
moda

Festival Universitário MTV

Em conjunto com a RedBandana, o Instituto Rio Moda, participou da primeira edição do Festival Universitário MTV, na Marina da Glória.

O evento ofereceu o espaço Fashion & Design Lab, onde foram vendidas camisetas com a logo do festival para serem customizadas com apoio técnico de costureiras e estudantes de design de Moda. O público participante pôde colocar a mão na massa e liberar a criatividade para desenvolver suas camisetas personalizadas com patches, miçangas, cortes e modelagens diferentes.



19 a 21 de novembro de 2009

instituto **rio**
moda

POPCORner

Cumprindo com o compromisso de apoiar grifes iniciantes em sua trajetória, privilegiando o protagonismo, a autoria, a iniciativa e as boas práticas de gestão, o Instituto Rio Moda contribuiu com o POPCORner 2009. A partir de uma curadoria muito bem cuidada, o evento atraiu um público jovem e selecionado AA do Rio de Janeiro, ampliando e sofisticando a proposta mais trivial dos bazares de fim de ano. O que se viu foi uma reunião de empresas e apoiadores bem posicionados, buscando coerência, sinergia e bons negócios. Participaram marcas como Branchée, Kmun, Mini Beau, Renata di Biasi, Camilla D'Anunziata, Eu com Elas entre outras.



5, 6, 19 e 20 de dezembro de 2009

instituto **rio**
moda

instituto **rio**
moda

