

instituto **rio**
moda



instituto **rio**
moda

Workshops 2010

Demais Atividades

instituto **rio**
moda

Workshops 2010

Demais Atividades



Workshops 2010

Marketing para Negócios de Moda

Fashion Overview

Planejamento de Compras e OTB

Desenvolvimento de Coleção

Construção de Imagem de Marca

Imagem e Moda

Estratégia, Processos e Pessoas
em Indústrias Criativas

Design de Moda e Cultura Material

instituto
rio
moda

Workshops 2010

Design de Superfície

Moda, Criação e Criatividade

Marketing Sensorial

Set Styling: Cenário para Moda

Styling

Megatrends

Estamparia

Cool-hunting

Marketing para Negócios de Moda

Realizando trabalhos em grupo e discutindo as especificidades do marketing aplicado ao setor da Moda, a partir de casos reais, abordando fabricantes, atacadistas e varejistas, os participantes 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**
23 e 30 de Março e 13 de Abril de 2010

Fashion Overview

Este workshop permitiu que seus participantes conhecessem como atuam os diversos profissionais da Moda em diferentes funções (estilistas, compradores, gerentes de produto, gerentes de marketing, stylists, jornalistas e outros). Ao fazer uma panorâmica das possibilidades de trabalho em Moda, foi desenvolvida uma mini-coleção para uma marca real, a **Via Mia**, a partir da análise do seu perfil, pesquisa de tendências e aplicação de cores e tecidos.



Facilitado por **Alessandra Marins**
17 de abril | 29 de Maio

Planejamento de Compras e OTB

No workshop foi exercitado ativamente o uso de indicadores de gestão e o Open To Buy (OTB) como ferramenta de gestão de compras. Trabalhou-se sobre casos de empresas reais, o que tornou a experiência muito mais significativa para os profissionais participantes.



Facilitado por **Leonardo Marques**

13, 20 e 27 de Maio | 17, 24 de Junho e 1 de Julho

Desenvolvimento de Coleção

O workshop trabalhou o processo de desenvolvimento de uma mini-coleção de acordo com o perfil do cliente. Ao longo do dia, os participantes assistiram a apresentação de um resumo sobre as tendências internacionais e conheceram um pouco mais sobre a marca **Espaço Fashion**. Em seguida, os participantes foram divididos em subgrupos, cada um desenvolveu 5 peças, abrangendo o conceito da coleção. No final, profissionais da empresa estiveram conosco para escolher a mini-coleção de um dos subgrupos, que foi efetivamente desenvolvida pela marca.



Facilitado por **Alessandra Marins**
19 de Junho de 2010

Construção de Imagem de Marca

Para o desenvolvimento de estratégias de *branding* é necessário pesquisa e planejamento focado nos públicos de interesse e no grupo estratégico de concorrência da marca. O workshop teve como objetivo apresentar método de trabalho que atenda a dinâmica das marcas no universo da moda. A prática de transformar produtos em marcas requer que a imagem traduza a identidade que o consumidor assumirá como real ou projetada e que será instrumento de sua relação com a sociedade.



Facilitado por **Ana Paula de Miranda**
26 de Junho de 2010

Imagem e Moda

Este workshop promoveu a compreensão da imagem de moda na sociedade contemporânea, através do estudo do papel da fotografia na moda do seu início aos dias de hoje. Os participantes decodificaram imagens de moda em suas diferentes linguagens, como um suporte para a elaboração de uma boa imagem, exercitando um olhar aberto ao novo e aos conceitos contemporâneos de imagem, via fontes alternativas de pesquisa.



Facilitado por **Silvana Holzmeister e Mário Queiroz**
10 de Julho de 2010

Estratégias, Processos e Pessoas em Indústrias Criativas

Ao final do workshop os participantes foram capazes de compreender a importância do alinhamento estratégico e operacional do setor, identificando os facilitadores e barreiras do processo de alinhamento entre estratégia, processos e pessoas, além dos benefícios tangíveis e intangíveis do alinhamento organizacional nas chamadas indústrias criativas, entre as quais a da Moda se insere.



Facilitado por **Lisete Almeida**
13, 20 e 27 de Julho de 2010

Design de Moda e Cultura Material

Ao final do workshop cada participante foi capaz de perceber seu papel social não apenas como receptor moldado por valores culturais pré-estabelecidos, mas sobretudo como agente responsável e provocador de mudanças sociais no contexto cultural da moda contemporânea no Brasil. Tal estímulo visa ampliar os horizontes da visão da moda atual em relação à necessidade da diferenciação consciente em meio à tendência para a mesmice do mundo globalizado.



Facilitado por **Sheila Gies**
24 de Julho de 2010

Design de Superfície

Neste workshop, criatividade foi uma a via para descobrir novas soluções com o propósito de formar também novos empreendedores. Trabalhando com técnicas como rapport – da mais básica à mais avançada – e com exercícios práticos que desencadeavam o processo criativo, **Renata Rubim** objetivou desenvolver conhecimento intelectual e de domínio prático. Com apoio de metodologia própria e demonstrações técnicas, os participantes se expressaram de acordo com suas possibilidades. O foco foi dirigido a projetos do mercado real para uso futuro.



Facilitado por **Renata Rubim**
6 e 7 de Agosto de 2010

Moda, Criação e Criatividade

Este workshop teve como objetivo estimular os participantes a mudar sua atitude na forma de pesquisar e desenvolver uma coleção, sensíveis a importância da construção e apropriação de um estilo autoral na criação de Moda. Ao final deste encontro, o participante teve total visão em relação ao que é uma coleção de roupas e uma coleção de moda que foi elaborada a partir de um plano estratégico na construção de um estilo próprio e autoral.



Facilitado por **Ronaldo Fraga**
21 de Agosto de 2010

instituto **rio**
moda

Marketing Sensorial

Com muita experiência prática, este workshop envolveu os participantes com procedimentos de análise para conceber e produzir ambientes que traduzam as expectativas do consumidor, devidamente conciliadas com os posicionamentos das marcas neles apresentadas. Componente marcante em grande parte dos projetos de varejo mais sofisticados, o marketing sensorial e o visual merchandising geram experiência, reforçando a comunicação, diferenciando o produto, emocionando o consumidor e agregando valor.



Facilitado por **Sylvia Demetrescu**
17 e 18 de Setembro de 2010

Set Styling

O workshop despertou em seus participantes um “olhar criativo” para a concepção de cenários, editoriais ou mesmo a criação de moda; um olhar que surge a partir de um estudo mais estruturado ou de uma observação sensível do cotidiano, entendendo a relação entre manifestações da cultura e a moda.



Facilitado por **Alberto Renault**
2 de Outubro de 2010

instituto **rio**
moda

Styling

O objetivo do workshop foi identificar e conceituar o que é um stylist, sua origem e campos de atuação. Analisando diferentes áreas de produção, mídia impressa, digital, eletrônica e desfiles. Também foram feitas análises sobre a força da imagem percebida como produtora de sentidos através da edição dos looks, dos acessórios inseridos, da ambientação escolhida.



Facilitado por **Felipe Veloso e Robert Forrest**
23 de Outubro de 2010

Megatrends

Contribuindo para a formação de trendhunters, a idéia foi revelar a origem das tendências, apresentando métodos investigativos práticos que apóiam a pesquisa no campo da indústria criativa.

Dinamicamente, apresentamos referências valiosas para a interpretação de sinais das massas sociais, reflexões sobre temas centrais do psiquismo humano relacionados ao consumo, bem como a movimentação sócio-cultural global em plena primeira década do século XXI.



Facilitado por **Paula Limena**
6 de Novembro de 2010

Estamparia

O objetivo do workshop foi estudar a estampa têxtil, levando em consideração todas as condições envolvidas no processo. Analisamos a realidade da produção, a relevância estética, o conhecimento e a demanda de mercado, bem como os diversos fatores da moda. Também foram trabalhados os conhecimentos técnicos da criação de estampas, abordando os processos de gestão e desenvolvimento criativo. Os participantes foram estimulados a mudar sua atitude para compreender a estamparia como veículo de expressão e estratégia de negócio em moda.



Facilitado por **Celaine Refosco**
26 e 27 de Novembro de 2010

Cool-Hunting

A idéia foi entrar em contato com a metodologia e a prática do cool-hunting, desenvolvendo o espírito de observação e de análise e apresentação a metodologia de trabalho para a pesquisa e leitura de tendências, conjugando intuição e sensibilidade às novidades, de forma organizativa e analítica. Também trabalhamos o conceito de societing, o safári urbano, as formas de pesquisa e leitura de sinais emergentes, abordando ainda seis macro-tendências do consumo vigentes nestes primeiros vinte anos do século XXI.



Facilitado por **Sabina Deweik**
3 e 4 de Dezembro de 2010

instituto rio
moda

Workshops 2010

Demais Atividades

instituto **rio**
moda

Workshops 2010

Demais Atividades

instituto **rio**
moda

Showroom - Alto Verão Carioca

Degustação - Nespresso

Fashion Rio

O Instituto Rio Moda esteve presente no Fashion Rio, realizando a curadoria da exposição “O Esporte que Você Veste”.

Como parte de uma parceria com o Jornal do Brasil, a pesquisa de imagens foi realizada por nossa equipe no acervo da Revista Domingo, cobrindo mais de 20 anos desta publicação que é a cara do Rio. Para conferir a exposição, apareceram no lounge diversas personalidades e muitos participantes dos workshops e atividades educativas do Instituto Rio Moda.



8 a 13 de janeiro de 2010

instituto **rio**
moda

Showroom Alto Verão Carioca 2010

Pela quinta 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 quatorze 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 17 de setembro de 2010

instituto **rio**
moda

Showroom Alto Verão Carioca 2010



Degustação Nespresso

Em 2010 contribuimos com a realização de doze encontros para degustação matinal na Boutique Nespresso em Ipanema. Esses encontros tiveram como objetivo criar uma ligação maior entre o Instituto Rio Moda e a Nespresso, de forma que ambos pudessem estar presentes no espaço do outro, gerando uma maior integração e agregando valor às duas marcas.



instituto **rio**
moda

