

instituto **rio**
moda



instituto **rio**
moda

Workshops 2011

Demais Atividades

instituto **rio**
moda

Workshops 2011

Demais Atividades



Workshops 2011

1. Moda, Estilo, Imagem e Marketing
2. Descomplicando a Modelagem
3. Imagem de Moda
4. Fashion Overview
5. Planejamento de Vendas
6. Desconstrução de Referências de Moda
7. Jornalismo, Moda, Economia e Novas Mídias
8. Produção de Eventos de Lançamento de Moda
9. Direção Estratégica, Planejamento e Orçamento Anual para Moda
10. Branding: Construção de Imagem de Marca

Workshops 2011

11. Planejamento de Compras
12. Moulage: Espaço e Experimentação
13. Styling Investigativo
14. Estratégia, Controle Gerencial e Mecanismos de Incentivo para a Moda
15. Construção de Marca de Moda
16. Estamparia
17. Desenvolvimento de Coleção
18. Construção de Marca de Moda – CWB
19. Consumo Autoral e Cool-hunting
20. Construção de Imagem de Moda – CWB
21. Consumo de Moda
22. Street Style

Moda, Estilo, Imagem e Marketing

Este workshop permitiu aos participantes que conhecessem e vivenciassem o processo de construção de uma marca de Moda. Ao longo de três dias foram trabalhados conceitos como posicionamento, business intelligence, branding, comunicação, análise de comportamento de consumo, entre outros, que serviram de base para os participantes no planejamento de mini-coleções para uma marca real – a **Farm**.



Facilitado por **Alessandra Marins, Dan Strougo e Roberto Meireles**
17, 18 e 19 de Janeiro de 2011

Descomplicando a Modelagem

Reunindo seus conhecimentos de estilo e construção, Rita Comparato facilitou o workshop, cujo principal objetivo foi ensinar aos participantes a pensarem a modelagem de forma lógica e desafiadora, já que muitas vezes a modelagem é ensinada de forma teórica e maçante, distanciando os participantes da prática e complicando o aprendizado.



Facilitado por **Rita Comparato**

25 e 26 de Fevereiro de 2011 | 25 e 26 de Março de 2011

Imagem de Moda

Neste workshop, Dudu Bertholini compartilhou com os participantes toda sua cultura e vivência profissionais, pontuando as principais transformações da moda e de suas imagens ao longo da história. Foi montado um estúdio fotográfico onde os participantes puderam experimentar a vivência do stylist, sob a orientação cuidadosa e eficiente de Dudu Bertholini. Foi um aprendizado incrível para todos.

Facilitado por **Dudu Bertholini**
19 de Março de 2011



Fashion Overview

Este workshop dividiu-se em duas partes: na primeira parte, Alessandra Marins fez uma panorâmica do mercado da moda mostrando como atuam os diversos profissionais deste setor. Após esta etapa, os participantes assistiram a uma apresentação sobre a **Fabulous Agilità** realizada pela sua equipe de estilo e, em seguida, a partir da análise do perfil do cliente, pesquisa de tendências e aplicação de cores e tecidos, desenvolveram uma mini-coleção para a marca.



Facilitado por **Alessandra Marins**
9 de Abril de 2011

Planejamento de Vendas

O objetivo central deste workshop foi qualificar os participantes para a construção de uma previsão de vendas no varejo da moda através de ferramentas modernas qualitativas e quantitativas. Ao final, cada participante foi capaz de estruturar uma previsão de vendas a partir de dados históricos e da análise de conceitos como nível, ciclo, tendência e sazonalidade.



Facilitado por **Leonardo Marques**
7, 14 e 28 de Abril de 2011

Desconstrução de Referências de Moda

Para Jum Nakao, criar é desconstruir. A partir deste princípio, o objetivo deste workshop foi estimular reflexões sobre a construção de linguagem a partir de fragmentos de referências. Na parte dinâmica, os participantes desconstruíram roupas que pertenciam aos cruzamentos e estudos por eles pretendidos. Na seqüência, as peças selecionadas foram construídas, reciclando a essência de modo a desmistificar a obra acabada.



Facilitado por **Jum Nakao**
15 e 16 de Abril de 2011

Jornalismo, Moda, Economia e Novas Mídias

O objetivo deste workshop foi debater com os participantes a história da indústria da moda e do luxo no Brasil, das novas tecnologias na cobertura de moda e como estas novas mídias podem transformar e ajudar a entender o mundo e a moda nos dias de hoje. Além disso, foi apresentado aos participantes um panorama atual do cenário econômico brasileiro com enfoque no varejo de moda.



Facilitado por **Alexandra Farah**

14 de Maio de 2011

Produção de Eventos de Lançamento de Moda

O workshop teve como objetivo apresentar a relação entre uma marca de moda, seu público-alvo e os objetivos de um evento que não apenas lance uma nova coleção, mas potencialize a sua venda. Os participantes tiveram a oportunidade de vivenciar todas as etapas do planejamento de um evento de lançamento de moda, tendo como pano de fundo o caso concreto de uma empresa real – a **Via Mia**.



Facilitado por **Alessandra Marins e Ana Lavaquial**
21 de Maio de 2011

Direção Estratégica, Planejamento e Orçamento Anual para a Moda

Neste workshop, foram analisadas as bases de recursos estratégicos de uma organização de moda, em termos de estrutura física, posição financeira, qualidade da mão de obra, competências, processos e cadeia produtiva. Os participantes compreenderam melhor a importância do alinhamento estratégico e operacional de uma organização no setor de moda para alcançar as metas estabelecidas em seu negócio.



Facilitado por **Lisete Almeida**
2, 9 e 16 de Junho de 2011

Branding: Construção de Imagem de Marca

O objetivo deste workshop foi capacitar os participantes a compreenderem o processo de branding. Foram analisadas marcas de moda, destacando os principais pontos que devem ser levados em conta neste processo de construção de imagem de marca. Ao final do workshop, os participantes saíram mais estimulados a realizar pesquisas de tendências com aporte de conhecimentos teóricos e organização metodológica adequada ao segmento pesquisado.



Facilitado por **Carol Garcia**

11 de Junho de 2011

Planejamento de Compras

O workshop teve como objetivo capacitar os participantes na construção de um planejamento de compras para o varejo de moda e no uso de indicadores de acompanhamento da execução do planejamento. Ao final, todos tiveram conhecimento de como se relacionam vendas, compras e estoque e foram capazes de selecionar, aplicar e analisar os principais indicadores de gestão de compras em um negócio de moda.



Facilitado por **Leonardo Marques**
30 de Junho, 7 e 14 de Julho de 2011

Moulage: Espaço e Experimentação

O objetivo deste workshop foi qualificar o participante para construir peças de vestuário sem o uso do molde. A partir de uma concepção, os participantes construíram uma base de uma peça de roupa, que foi ampliada e reduzida para criar uma grade de tamanhos. Ao final do workshop, todos saíram estimulados a mudar suas atitudes e visões com relação a modelagem, valorizando e reconhecendo ainda mais uma roupa “bem feita”.



Facilitado por **Lena Santana**
29 e 30 de Julho de 2011

Styling Investigativo

O workshop teve como objetivo verificar a abrangente e importante dimensão ético-social de um trabalho de styling nas mídias impressas e digitais. Através de experimentações práticas que envolveram a seleção e o uso de imagens e a redação de textos editoriais, os participantes realizaram exercícios que aprimoraram a capacidade de exprimir suas ideias e visões de mundo.



Facilitado por **Fernando Marques Penteado**
20, 26 e 27 de Agosto de 2011

Estratégia, Controle Gerencial e Mecanismos de Incentivo para a Moda

O workshop teve como objetivo apresentar e discutir as técnicas e habilidades analíticas de gerentes que atuam com planejamento e sistemas de controle, visando conceber e implementar estratégias. Os participantes tiveram oportunidade de adquirir discernimento sobre como os gerentes podem atuar em relação à elaboração e utilização de planejamento e sistemas de controle gerencial, superando os inúmeros desafios do segmento de moda.



Facilitado por **Lisete Almeida**
1, 8 e 15 de Setembro de 2011

Construção de Marca de Moda

O objetivo do workshop foi desenvolver a compreensão do processo de construção de uma marca. Os participantes construíram conhecimento sobre as ferramentas de marketing que contribuem com o processo de construção de uma marca de moda, entendendo o sucesso de um negócio de moda pela perspectiva deste processo. Ao final, todos saíram estimulados a analisar de forma crítica a imagem, identidade e o posicionamento de uma marca.



Facilitado por **André Carvalho**
10 de Setembro de 2011

Estamparia

O objetivo deste workshop foi estudar estamparia têxtil, considerando técnicas, realidades de produção, relevância estética e fatores de moda. Foram dois dias de muita criatividade. Os participantes conceberam estampas, aprenderam novas técnicas e tiveram a oportunidade de conhecer todo o processo de criação da **La Estampa**. Foi um aprendizado incrível para todos.



Facilitado pela **Equipe La Estampa**
7 e 8 de Outubro de 2011

Desenvolvimento de Coleção

O workshop teve como objetivo desenvolver uma mini-coleção para uma marca real – a **Dress To** – a partir da análise do perfil do cliente, pesquisa de tendências e aplicação de cores e tecidos. Os participantes tiveram a oportunidade de desenvolver o tema Carnaval para a marca carioca. Ao final, todos puderam entender melhor o processo de criação e de desenvolvimento de produto como forma de planejamento para trabalhar uma coleção.



Facilitado por **Alessandra Marins**

15 de Outubro de 2011

Construção de Marca de Moda – Curitiba

O **Instituto Rio Moda – Núcleo Curitiba** iniciou suas atividades com um super workshop sobre Construção de Marca de Moda, facilitado por André Carvalho. Ele compartilhou com os participantes o excelente trabalho que vem fazendo há anos à frente do marketing da Farm. O evento aconteceu no Espaço Rêve, sede do Rio Moda em Curitiba, um lugar belíssimo, inspirador e propício para a criação e desenvolvimento no campo da moda.



Facilitado por **André Carvalho**
21 e 22 de Outubro de 2011

Consumo Autoral e Cool-hunting

Através da metodologia de pesquisa de tendências do Future Concept Lab – FCL, o objetivo principal deste workshop foi debater sobre os novos perfis de consumidores globais e seus tipos de comportamento. Foram apresentados aos participantes os doze núcleos geracionais globais, a definição de cool-hunting e sua metodologia de pesquisa, além das seis macro-tendências do consumo que servem de base para o trabalho do FCL.



Facilitado por **Laiza Martins**
28 e 29 de Outubro de 2011

Construção de Imagem de Moda – Curitiba

O workshop Construção de Imagem de Moda, com Dudu Bertholini também foi realizado no Núcleo Curitiba. O estilista compartilhou com os participantes toda sua cultura e vivência profissionais, pontuando as principais transformações da moda e de suas imagens ao longo da história. Além do workshop, foi realizado um Bazar da **Neon**, marca assinada por Dudu, com direito a um divertidíssimo happy hour.



Facilitado por **Dudu Bertholini**
5 de Novembro 2011

Consumo de Moda

O workshop teve como objetivo analisar o sistema de moda, buscando a compreensão do seu processo de adoção, desde a fase de inovação até a massificação, para servir de base ao desenvolvimento de grandes estratégias de marca e de comunicação. A partir da compreensão da relação entre consumo, moda e marca, os participantes foram capacitados a segmentar o mercado de moda, analisando o consumidor através desta referência.



Facilitado por **Ana Paula de Miranda**
26 de Novembro de 2011

Street Style

A partir de uma análise antropológica do estilo das ruas ao longo das últimas décadas, os participantes estudaram os principais blogs de street style do mundo, analisaram as linguagens editoriais destes veículos e entenderam suas diferentes linguagens fotográficas. Foi realizado um trabalho de campo em que duplas e trios saíram às ruas de Ipanema para fotografar personagens para, adiante, montar seu próprio blog de street style com o material produzido.



Facilitado por **Igor Fidalgo**
9 e 10 de Dezembro de 2011

instituto **rio**
moda

Workshops 2011

Demais Atividades

instituto **rio**
moda

Workshops 2011

Demais Atividades



Demais Atividades

1. Talkshow “Empreendedorismo em Moda”
2. Festa do Quarto
3. Circuito de Moda Feevale 2011
4. Alma Carioca
5. Paraty Eco Fashion
6. Talkshow “Design de Produto x Design de Moda”
7. Festa Look at Me
8. Projeto Howard University

Talkshow “Empreendedorismo em Moda”

Em Junho, o Instituto Rio Moda inaugurou seu Núcleo Curitiba. O evento de lançamento aconteceu na melhor casa noturna da cidade, a Liqüê. Levamos para a capital paranaense grandes nomes da moda carioca atualmente: Roberto Jatahy (Animale), Marcello Bastos (Farm) e Roger Sabbag (Via Mia). O debate, mediado pela jornalista Alexandra Farah, foi super descontraído. Estes profissionais compartilharam com a audiência um pouco da trajetória de suas respectivas empresas.



7 de Junho de 2011

instituto **rio**
moda

Festa do Quarto

Nas férias de Julho, o Blog Quarto da Moda, um de nossos parceiros, realizou a Temporada de Inverno da **Festa do Quarto**. Foram três edições muito bem sucedidas na boate 00. O Instituto Rio Moda preparou uma ação especial para todos que foram ao evento. Distribuimos gift cards com descontos válidos para nossos workshops. Esta promoção superou nossas expectativas e foi um sucesso total.



12, 19 e 26 de Julho de 2011

instituto **rio**
moda

Circuito de Moda Feevale 2011

O Instituto Rio Moda foi um dos patrocinadores do **Circuito de Moda Feevale 2011**. Promovido pela Universidade Feevale, o evento tinha como objetivo promover a integração dos estudantes de moda e design do sul do país por meio do trabalho em equipe. Durante três dias, os participantes construíram looks, desde o desenho, modelagem, corte e costura, até a produção de moda e desfile que ocorreu no último dia do Circuito. O grupo vencedor teve direito a participar gratuitamente de um de nossos workshops no Rio com direito a passagem aérea e hospedagem.



19, 20 e 21 de Julho de 2011

Paraty Eco Fashion

O Instituto Rio Moda esteve presente e foi um dos apoiadores da 1ª Edição do **Paraty Eco Fashion**. O evento teve como objetivo o intercâmbio entre os estudantes e profissionais de Moda e o estudo da cultura de diversas comunidades, tendo como pano de fundo a evolução da moda sustentável. Estudantes de diversas cidades do país e profissionais renomados estiveram presentes em Paraty para mostrar que é possível adquirir um novo olhar para o mundo da moda.



5, 6 e 7 de Agosto de 2011

Alma Carioca

Em Agosto, a **TexPrima** nos convidou para facilitar o workshop Alma Carioca, na sede da empresa, em São Paulo. Os participantes puderam adquirir um conhecimento maior sobre o mercado de Moda do Rio de Janeiro. Foram apresentados conceitos importantes sobre o lifestyle carioca para que cada participante pudesse ampliar sua visão com relação ao mercado do Rio em suas particularidades como consumidor, maneira de se vestir e estilos de vida.



10 de Agosto de 2011

Talkshow “Design de Produto x Design de Moda”

Em parceria com a Electrolux, o Instituto Rio Moda promoveu um debate sobre design e moda. O evento foi realizado na incrível Casa Electrolux, em São Paulo, com presenças ilustres. O objetivo era discutir as intersecções e os diálogos estabelecidos entre as áreas da moda e do design. Participaram do bate papo, mediado por Alexandra Farah, a estilista Lenny Niemeyer, o designer Guto Índio da Costa e Henrik Otto (VP global de design da Casa Electrolux).



20 de Outubro de 2011

instituto **rio**
moda

Festa Look at Me

Depois do sucesso das Edições de Inverno da “Festa do Quarto”, o Blog Quarto da Moda promoveu o seu novo projeto com a **Festa Look at Me**, que ocorreu no Espaço Acústica, no centro do Rio. O Instituto Rio Moda realizou uma ação no evento, com o objetivo de mostrar o quanto uma roupa pode se tornar versátil. Com os apoios da Via Mia e da Foxton, montamos um estúdio fotográfico na festa, onde as pessoas foram clicadas usando diversas peças das duas marcas.



8 de Dezembro de 2011

instituto **rio**
moda

Projeto Howard University

O Instituto Rio Moda foi objeto de estudo de alunos da Howard University, que é uma universidade privada, voltada à pesquisa e historicamente orientada para os negros, situada em Washington, nos EUA. O objetivo do projeto de MBA dos alunos era identificar fontes de financiamento para Arenas de Sustentabilidade em Moda – ASM, um de nossos braços de atuação. Eles estudaram o Instituto como um todo, focando em nosso projeto das ASM. Em dezembro, os estudantes vieram até o Rio para apresentar o projeto concluído.



20 de Dezembro 2011

instituto **rio**
moda

