

## Toster Workshop WSR\*

### Otwarte warsztaty Warszawskiej Szkoły Reklamy w kwietniu 2009 r.

Warszawska Szkoła Reklamy zaprasza do udziału Tosterze: bezpłatnych, otwartych warsztatach branżowych.

Warszawska Szkoła Reklamy uruchomiła w listopadzie cykl branżowych Warsztatów Otwartych w Warszawskiej Szkole Reklamy\* pod wspólną nazwą Toster\*\* Workshop WSR, który trwać będzie przez cały rok akademicki 2008/2009. Warsztaty przeznaczone są zarówno dla słuchaczy szkoły, jak i innych osób interesujących się tworzeniem i produkcją różnorodnych (nie tylko strictly reklamowych!) form graficznych, fotograficznych, filmowych oraz z zakresu planowania strategicznego. Taka tematyka określona jest w związku z czterema specjalizacjami (fotografia, grafika, realizacja obrazu telewizyjnego i filmowego, strategia reklamy) jakie realizowane są w Warszawskiej Szkole Reklamy.

Zadaniem warsztatów jest realizacja konkretnych projektów (wzbogacających portfolio uczestników), a cykl ich tworzenia (zawsze w ciągu jednego dnia!) jest pretekstem i materiałem do rozwijania ściśle określonych umiejętności kreatywnych, ale też kompetencji zawodowych. Zajęcia są dokładnie sprofilowane i ukierunkowane (monograficzne).

Warsztaty poświęcone są różnorodnej tematyce, dającej się jednak uporządkować specjalizacyjnie:

- **GrafoSter** – to spotkania z wybitnymi grafikami, typografami, projektantami stron internetowych i rysownikami, przede wszystkim młodego pokolenia, wielokrotnie nagradzanymi w konkursach, którzy są aktywni zawodowo i projektują na zlecenia największych firm i prestiżowych instytucji kultury.
- **FotoSter** – jest szansą realizacji sesji fotograficznych: portretowych, modowych, reklamowych itp. z najwybitniejszymi fotografami działającymi komercyjnie i realizującymi się na polu artystycznym, którzy współpracują ze znaczącymi klientami w branży, a jednocześnie mają na koncie wystawy indywidualne w Polsce i zagranicą, udział w festiwalach fotograficznych i nagrody w prestiżowych konkursach.
- **FilmoSter** – to możliwość realizacji sesji filmowych, działań produkcyjnych i zadań operatorskich, przede wszystkim w zakresie filmu reklamowego pod okiem aktywnych zawodowo specjalistów.
- **StratoSter** – obejmuje zaawansowane planowanie kampanii reklamowych i promocyjnych, działań związanych z ambient mediami i marketingiem wirusowym, a także wieloma innymi niestandardowymi zagadnieniami w świecie reklamy.

Workshopy prowadzą wyłącznie praktycy – wybitne osobowości twórcze w swoich branżach. Dzielą się własnymi doświadczeniami zawodowymi i uczą tego, czego oczekują od swoich przyszłych pracowników, współpracowników, partnerów zawodowych i klientów.

Workshopy realizowane są w doskonale wyposażonych salach wykładowych oraz pracowniach komputerowych Warszawskiej Szkoły Reklamy\* (ul. Szolc-Rogozińskiego 3, Warszawa). Sesje fotograficzne i filmowe przygotowane we współpracy z Dicam Sp. z o.o. odbywają się w Studio NM przy ul. Karolkowej 28 w Warszawie.

## Program TOSTER Workshop WSR w kwietniu 2009 r.:

- **StratoSter • 3 kwietnia 2009 r. godz. 9.00 STRATEGIA REKLAMY i PR**

**TOMASZ SZYMCHEL - Eventing w marketingu politycznym. (miejsce: WSR)**

Tomasz Szymchel (rocznik 1966) w 1990 r. pełnił funkcję Zastępcy Szefa Działu Informacyjnego w Biurze Prasowym Sztabu Wyborczego Lecha Wałęsy. W 1993 r. był Szefem Biura Prasowego Krajowego Sztabu Wyborczego BBWR i otrzymał Nagrodę Szefa Kancelarii Prezydenta RP za opracowanie i wprowadzenie w życie metody organizacji od strony mediów oficjalnych wizyt państwowych. W latach 1994-1995 doradca do spraw mediów Klubu Parlamentarnego BBWR, a w 1995 r. Szef Biura Prasowego Krajowego Sztabu Wyborczego Lecha Wałęsy. W roku tym otrzymał też Nagrodę Prezydenta RP za całokształt działalności. Do 1996 r. pracował w Kancelarii Prezydenta RP, w Zespole Obsługi Politycznej i Biurze Prasowym Prezydenta RP. W 1997 r. założył Practical PR s.c, firmę związaną z działalnością w zakresie Public Relations i reklamy. W latach 2002-2004 był redaktorem naczelnym i wydawcą dwutygodnika „Co Słysać”, a w latach 2005-2006 pełnił funkcję PR managera w projekcie Inicjatywy Wspólnotowej EQUAL – ZORON, finansowanej z Europejskiego Funduszu Społecznego (EFS). W latach 2006-2007 był rzecznikiem prasowym Telewizji Polskiej S.A., a w 2007 r. doradcą ministra ds. Public Relations i rzecznikiem prasowym Ministerstwa Budownictwa. W latach 2008-2009 pełnił funkcję pełnomocnika zarządu ds. PR w Instytucie Lecha Wałęsy i odpowiadał za Projekt „Nobel 25”.

- **FilmoSter • 17 kwietnia 2009 r. godz. 9.00 SESJA FILMOWA**

**RAFAL LISTOPAD - Warsztat montażu w programie Final Cut. (miejsce: WSR)**

Rafał Listopad jest członkiem Polskiego Stowarzyszenia Montażystów. Wyróżniono go licznymi nagrodami m.in. nagrodą za montaż oraz "profesjonalność, delikatność i dobrą energię" na KSF "Młodzi i Film" w 2006 r. za film „Oda do radości”, Offskarem Polską Nagrodą Kina Niezależnego za najlepszy montaż w 2008 r. za film „Trójka do wzięcia” i nominacją w kategorii najlepszy montaż do Orłów 2008 – Polskich Nagród Filmowych za „Katyń”. Ma w dorobku montaż filmów: „Oda do radości”, „Statyści”, „Trójka do wzięcia”, „Katyń”, „Środa, czwartek rano” oraz serial telewizyjny „Hotel pod żyrafą i nosorożcem”.

- **FotoSter • 24 kwietnia 2009 r. godz. 9.00 SESJA FOTOGRAFICZNA**

**JACEK POREMBA - Autorska fotografia mody. (miejsce: Studio NM)**

Jacek Poremba (rocznik 1966) specjalizuje się zarówno w fotografii komercyjnej (moda, reklama, portret), jak i w fotografii autorskiej. Najbardziej znanym jego cyklem jest „Sudan” z 2001 r. Później powstały m.in. „Algieria” i „Emotion one”. Był wielokrotnie nagradzany na prestiżowych konkursach, m.in. otrzymał wyróżnienie Nikon Award (Japonia, 1993), drugą nagrodę w konkursie Polaroida (USA, 1998), Złote Orły w konkursie reklamy za katalogi Joanny Klimas (1999). Współpracuje z najważniejszymi polskimi magazynami: „Viva”, „Uroda”, „Gala”, „Cosmopolitan”, „Twój Styl” i „Marie Claire”. Jest autorem wielu okładek płyt znanych polskich muzyków: Kaya/Bregovic, Kasia Nosowska, Lipnicka/Porter, Edyta Bartosiewicz, Anna Maria Jopek czy Maria Peszek. Fotografował również dla Opery Narodowej, tworząc plakaty do przedstawień Mariusza Trelińskiego i Krzysztofa Warlikowskiego.

## Zasady uczestnictwa w zajęciach (regulamin):

1. Publikacja planu Warsztatów na dany miesiąc następuje najpóźniej do 15 dnia miesiąca poprzedzającego.
2. Zajęcia odbywają się w małych grupach, a ich liczebność określa prowadzący przed rozpoczęciem zajęć. Liczebność grup nie podlega negocjacji.
3. Zapisy na zajęcia (wyłącznie przez stronę internetową [www.szkolareklamy.pl](http://www.szkolareklamy.pl)) polegają na wypełnieniu krótkiego formularza internetowego i zamykane są na 5 dni przed datą warsztatu (zawsze będzie to niedziela, godzina 24.00).
4. Lista uczestników zakwalifikowanych do uczestnictwa w warsztacie publikowana jest w poniedziałek poprzedzający warsztat (a więc na 5 dni wcześniej) w godzinach popołudniowych na stronie internetowej [www.szkolareklamy.pl](http://www.szkolareklamy.pl).
5. Udział w zajęciach jest bezpłatny, a dla Słuchaczy WSR nieobowiązkowy.
6. Udział w Warsztatach można odwołać z ważnych powodów, jednak nie później niż na 2 dni przed datą ich rozpoczęcia.
7. W przypadku powstania wolnych miejsc na Warsztatach w wyniku odwołania udziału przez kogoś z uczestników, sekretariat WSR poinformuje o tym telefonicznie osoby z listy rezerwowej.
8. Nieusprawiedliwione niestawienie się na Warsztacie uniemożliwia Słuchaczom WSR udział w kolejnych workshopach w danym semestrze.
9. Po zakończeniu Warsztatu każdy uczestnik otrzymuje specjalny certyfikat uczestnictwa (a Słuchacze WSR dodatkowo wpis do indeksu).

### \* **Warszawska Szkoła Reklamy**

Placówka edukacyjna założona w 1993 r. w Warszawie w inicjatywy producenta filmowego i filantropa Artura Waczo, jako pierwsza komercyjna szkoła reklamy w Polsce z uprawnieniami szkoły publicznej. Początkowo pod nazwą Policealnego Studium Reklamy Handlowej instytucja działała w strukturach Fundacji Przeciw Obojętności na Rzecz Dzieci Specjalnej Troski. W 1998 r. szkoła przyjęła nazwę marketingową Warszawska Szkoła Reklamy, a od 2000 r. zarząd nad nią przejęła spółka o tej samej nazwie. Obecnie to największa i najbardziej prestiżowa placówka oświatowa w swojej branży.

Celem statutowym szkoły jest rozwój myśli naukowej w zakresie komunikacji marketingowej i promocja zawodowa młodych adeptów tej sztuki. Poza programem zajęć realizowanym w czterech specjalizacjach /grafika, fotografia, realizacja TV i strategia reklamy/ realizacja misji szkoły wyraża się poprzez organizację konferencji naukowych, warsztatów, konkursów i festiwali oraz poprzez program stypendiów dla najzdolniejszych studentów.

Warszawska Szkoła Reklamy działa pod patronatem medialnym portali [mediarun.pl](http://mediarun.pl), [swiatobrazu.pl](http://swiatobrazu.pl), [signs.pl](http://signs.pl) i [stopklatka.pl](http://stopklatka.pl) oraz miesięczników Biuletyn Fotograficzny i Gazeta Studencka. Warszawskiej Szkole Reklamy patronuje Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie, miesięcznik Szachista, Polskie Stowarzyszenie GO, Księgarnia Fotograficzna F5, Studio NM i firma Dicam oraz Klub Park.

### \*\* **Toster**

(przrzód do opiekania, powstał schyłku XIX w. Z upowszechnieniem się prądu elektrycznego, zadebiutował w kuchniach. Na początku był dość sierniasty i wymagał bacznej uwagi, aby niczego nie przypalić. Ponadto grzał tylko z jednej strony. Od 2008 r. dzięki wynalezieniu Workshop WSR stał się nowoczesnym narzędziem branżowym niezbędnym każdemu użytkownikowi. Dzięki wprowadzonym udogodnieniom wystarczy jedynie chwila (jeden dzień), aby cieszyć się jego wysmienitymi właściwościami. Dzięki specjalnej powłoce toster sprzyjającej przywieraniu, przekazywana wiedza swobodnie oblepia się na uczestnikach. Certyfikat kontrolny sygnalizuje gotowość do rozpoczęcia samodzielnego działania w oparciu o wypieczoną wiedzę. Toster to urządzenie proste, ale jednocześnie konkretne i nowoczesne. Działa szybko, sprawnie i prawie bezboleśnie Zaspokaja realne potrzeby i sprawdza się w wielu sytuacjach.)