

Toster Workshop WSR*

Ostatnie warsztaty Warszawskiej Szkoły Reklamy. Program na czerwiec 2009 r.

Warszawska Szkoła Reklamy po raz ostatni 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 trwał przez cały rok akademicki 2008/2009. Obecnie zapraszamy na ostatnie dwa Tostery czerwcowe. 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 nagradzаныmi 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 czerwcu 2009 r.:

- **FotoSter • 19 czerwca 2009 r. godz. 9.00 SESJA FOTOGRAFICZNA**

PAWEŁ ŻAK - Martwa natura - studium przedmiotu, symbol, akcja.

(miejsce: Studio NM)

Paweł Żak (rocznik 1965) studiował nauki społeczne na Uniwersytecie Warszawskim. Jest absolwentem Wydziału Komunikacji Multimedialnej Akademii Sztuk Pięknych w Poznaniu. Dyplom uzyskał w 2002 r. Członek Związku Polskich Artystów Fotografików od roku 1995. W latach 2000-2003 aktywny członek stowarzyszenia "Latarnik". Od 2001 r. zajmuje się także nauczaniem fotografii. Autor licznych wystaw indywidualnych, z których najważniejsze to: Bliski znajomy Galeria FF, Łódź (2008); Słodki poniedziałek i inne martwe natury Galeria Luksfera, Warszawa (2008); Opowieści Instytut Polski, Bratysława, Słowacja (2007); Fotografie Muzeum Henri Martin, Cahors, Francja (2006); Słoneczniki i inne fotografie Galeria Luksfera, Warszawa (2005); A Close Acquaintance Museum Centre Vapriikki, Tampere, Finlandia (2005); A Close Acquaintance Mai-Photographie, Quimper, Francja (2005); A Close Acquaintance Rencontres d'Arles, Arles, Francja (2004); Bliski znajomy Mała Galeria ZPAF/CSW, Warszawa (2004); 15 fotografii Galeria ZPAF, Kraków (2003); Fotografie Galeria WM, Amsterdam, Holandia (2003); Opowieści i inne fotografie Galeria FF, Łódź (2000); Tales Galeria Image, Aarhus, Dania (1999); Opowieści, Mała Galeria ZPAF/CSW, Warszawa (1999).

Jego prace brały udział w istotnych ekspozycjach zbiorowych m.in.: Marzyciele i świadkowie. Fotografia Polska XX wieku Muzeum Narodowe, Kraków (2008); Czas zapamiętany Centrum Sztuki Współczesnej, Warszawa (2007); Miasto-nie moje Muzeum Sztuki, Łódź (2007); Ja - Inni: Auto-portret fotografii Jelenia Góra; Łódź; Poznań; Wrocław (2004-2005); Dotknięcie rzeczywistości Galeria Arsenał, Poznań (2003); Wokół dekady. Fotografia polska lat 90-tych Muzeum Sztuki Łódź; Muzeum Narodowe Wrocław; BWA Bielsko-Biała (2002); Powiększenie. Fotografie w czasach zgiełku PKiN, Warszawa (2002); Penetracje Bratysława, Słowacja (2000); II Biennale Fotografii Galeria Miejska Arsenał, Poznań (2000); Eystra Sylt Replica Art Centre, Sztokholm, Szwecja (1999); Together Again? Galeria Image, Aarhus, Dania (1999); Wyspy widzialności Galeria Arsenał, Poznań (1999); Images 98 European Photography Contest, Vevey, Szwajcaria Prix Broncolor de la lumiere (1998).

Prace Pawła Żaka znajdują się w zbiorach: Muzeum Narodowego w Warszawie, Bibliotheque Nationale w Paryżu, Centrum Sztuki Współczesnej w Warszawie, Muzeum Sztuki w Łodzi oraz w kolekcjach prywatnych w Polsce, Francji, Norwegii, Danii, Holandii, Belgii, Wielkiej Brytanii, USA i Kanadzie.

- **StratoSter • 26 czerwca 2009 r. godz. 9.00 STRATEGIA REKLAMY I PR**

JACEK ADAMSKI (agencja NOWE MEDIA) - Inny wymiar komunikacji - ABC planowania i realizacji niestandardowych kampanii reklamowych (ambient media).

(miejsce: WSR)

Jacek Adamski (rocznik 1968) jest założycielem, prezesem i dyrektorem generalnym grupy Nowe Media założonej w 2004 r., w skład której wchodzi spółki realizujące niestandardowe działania komunikacji marketingowej, reklamowe i PR.

Ukończył polonistykę na UW, był dziennikarzem BBC, Agencji Informacyjnej SIS Serwis, tygodnika „Prawo i Życie”, a także sekretarzem redakcji politycznej i krajowej PAP oraz szefem zespołu do działań specjalnych Departamentu PR w Telekomunikacji Polskiej SA. W firmie Nowe Media realizował niestandardowe projekty reklamowe dla takich klientów jak Rossmann, Arcelor Mittal, Assec Poland, Mazda, OBI, Polkomtel, Wydawnictwo G+J, Gorenje, Zibi, Zelman, Kompania Piwowarska, Saturn Polska, BZ WBK, Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, Akson Studio, Graal SA, Nokia, Jelfa i innych. Współpracuje z kluczowymi domami mediowymi: Initiative Media, Starcom, Metropolis, Universal McCann, Mediacom oraz z międzynarodową agencją kreatywną JWT.

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) 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.
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 z inicjatywy producenta filmowego i filantropa Artura Waczkó, 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, swiatobrazu.pl, signs.pl i 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 Dicom oraz Klub Park.

** Toster

(przyrząd 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 grał tylko z jednej strony. Od 2008 r. dzięki wynalazieniu Workshop WSR stał się nowoczesnym narzędziem branżowym niezbędnym każdemu użytkownikowi. Dzięki wprowadzonemu udogodnieniu wystarczy jedynie chwila (jeden dzień), aby cieszyć się jego wyśmienitymi właściwościami. Dzięki specjalnej powłoce tosterza sprzyjającej przywieńraniu, 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.)