

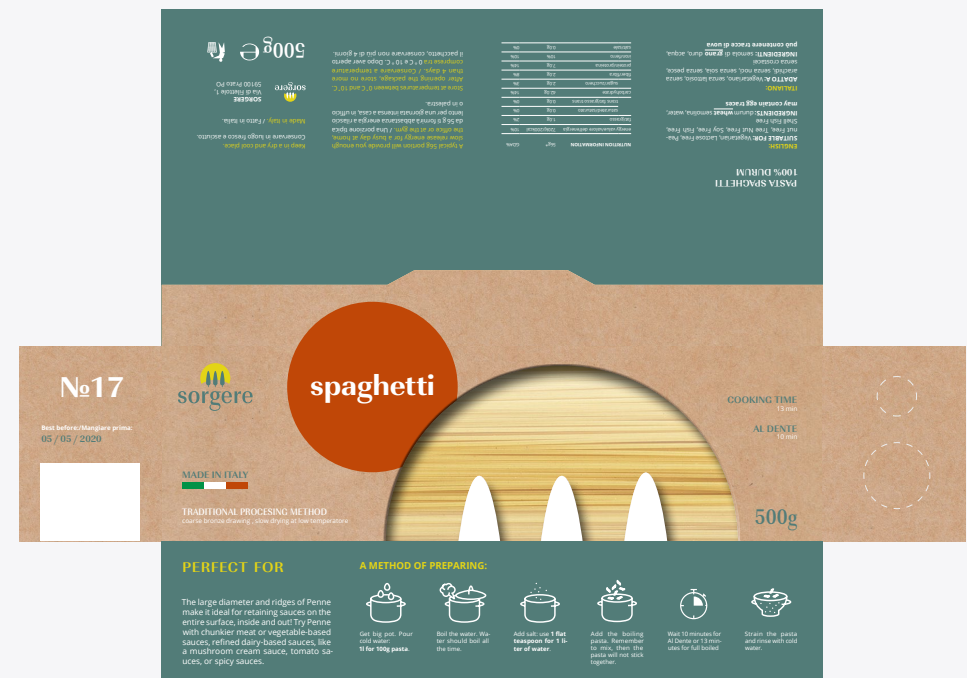


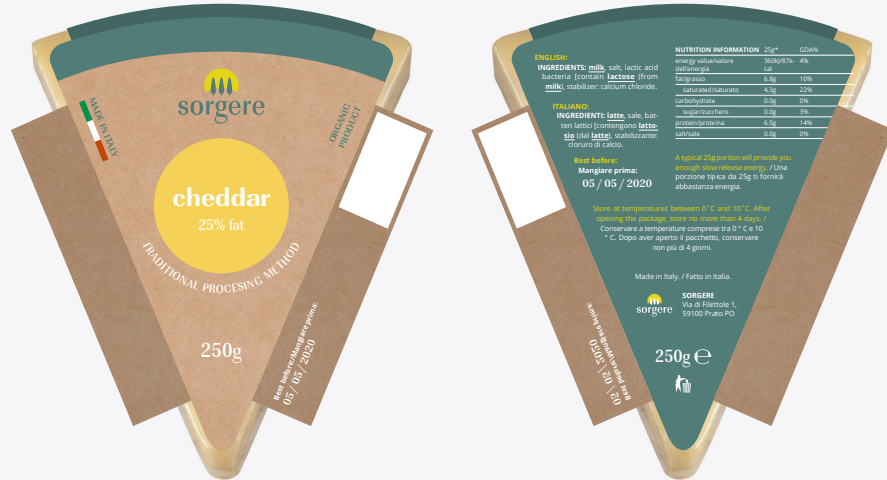
studia niestacjonarne I i II stopnia

> **pracownia grafiki reklamowej**

> **pracownia projektowania opakowań**

prof. sławomir witkowski









Składniki:
pomidory suszone nasączone 60%
(pomidory suszone, woda, sól), olej
rzepakowy, przyprawy.

Najlepiej spożyć przed: data i numer
partii podane nad etykietą lub na wieczku.

Przechowywać w suchym i chłodnym
miejscu. Po otwarciu przechowywać
w lodówce.

Wyprodukowano w Hiszpanii
B.T. Exportadora de Aceitunas, s. a.
Salado 6, Sevilla 41-010



Wartość odżywcza w 100g

Energia	27 kJ / 150 kcal
Tłuszcz	15,0g
W tym kwasy	
nasycone	2,3g
Węglowodany	0,0g
W tym cukry	0,0g
Białko	0,9g
Sól	3,5g

Składniki:
oliwki, woda, sól, regulatory
kwasowości: kwas mlekowy,
kwas cytrynowy, przeciwutlen-
niacz: kwas askorbinowy.

Najlepiej spożyć przed/Nr pa-
podano na wieczku

Po otwarciu przechowywać
w lodówce i spożyć w ciągu 6 d



Wartość odżywcza w 100g

Energia	27 kJ / 150 kcal
Tłuszcz	15,0g
W tym kwasy	
nasycone	2,3g
Węglowodany	0,0g
W tym cukry	0,0g
Białko	0,9g
Sól	3,5g

Składniki:
oliwki, woda, sól, regulatory
kwasowości: kwas mlekowy,
kwas cytrynowy, przeciwutlen-
niacz: kwas askorbinowy.

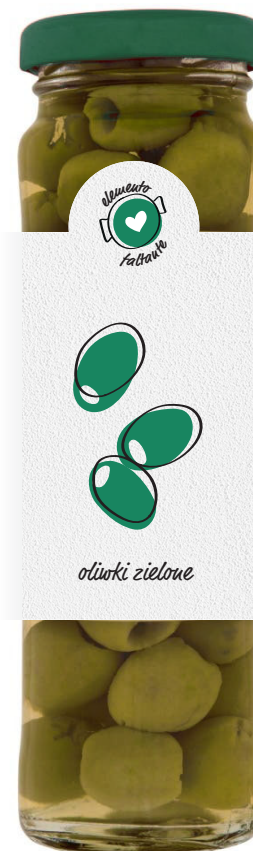
Najlepiej spożyć przed/Nr pa-
podano na wieczku

Po otwarciu przechowywać
w lodówce i spożyć w ciągu 6 d

Składniki:
oliwki, woda, sól, regulatory
kwasowości: kwas mlekowy,
kwas cytrynowy, przeciwutlen-
niacz: kwas askorbinowy.

Najlepiej spożyć przed/Nr pa-
podano na wieczku

Po otwarciu przechowywać
w lodówce i spożyć w ciągu 6 d



Masa netto po
odsączeniu: 70g

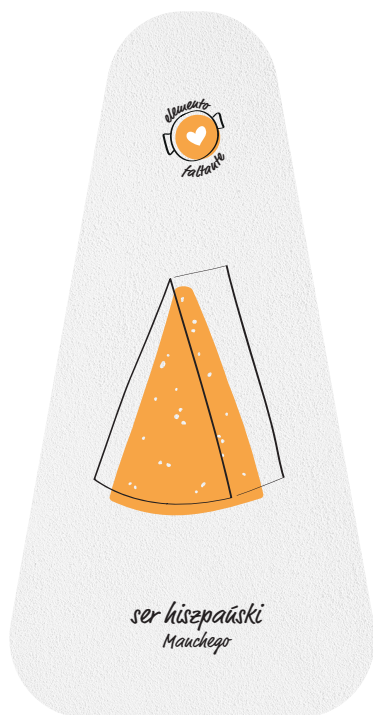
Masa netto: 142g

Wyprodukowano
w Hiszpanii
B.T. Exportadora
de Aceitunas, s. a.
Salado 6,
Sevilla 41-010



oliwki zielone



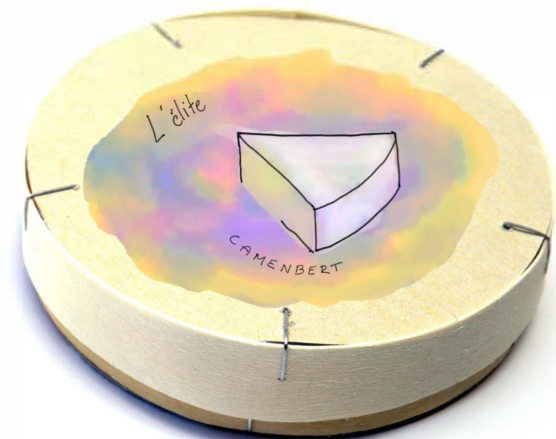


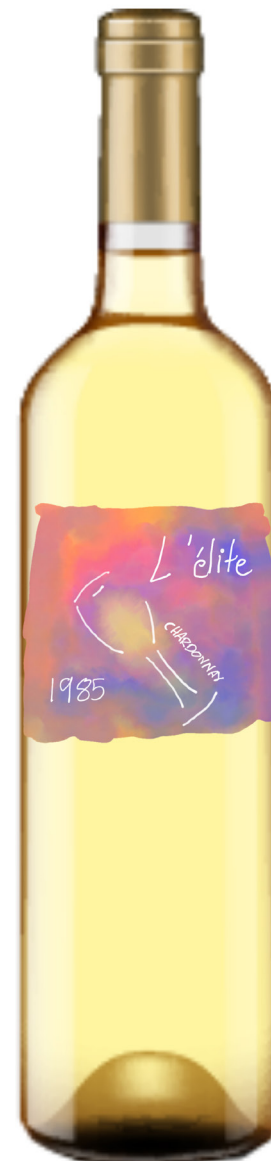
figueres®

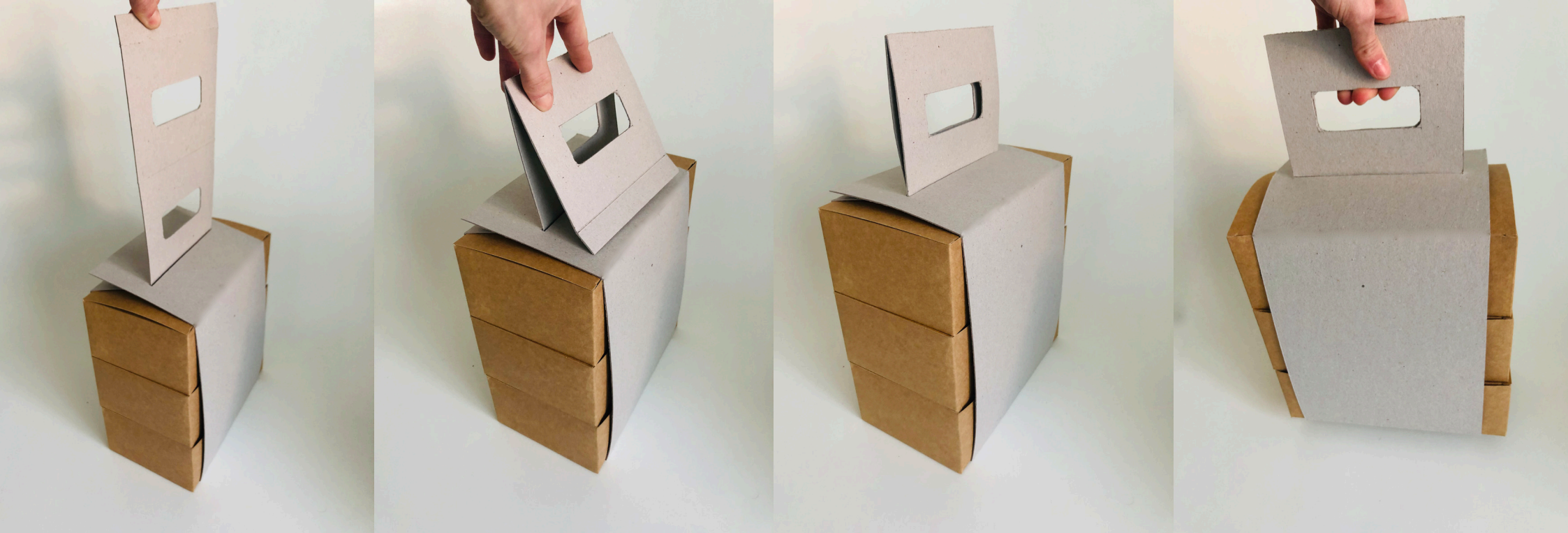




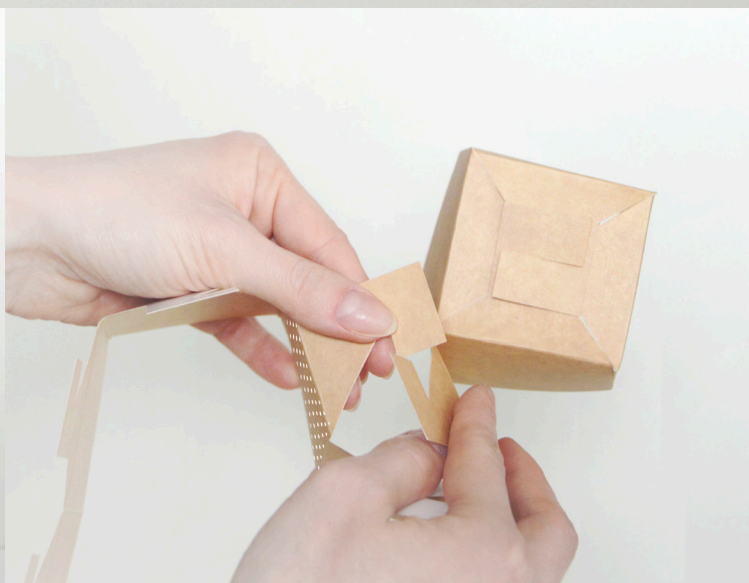
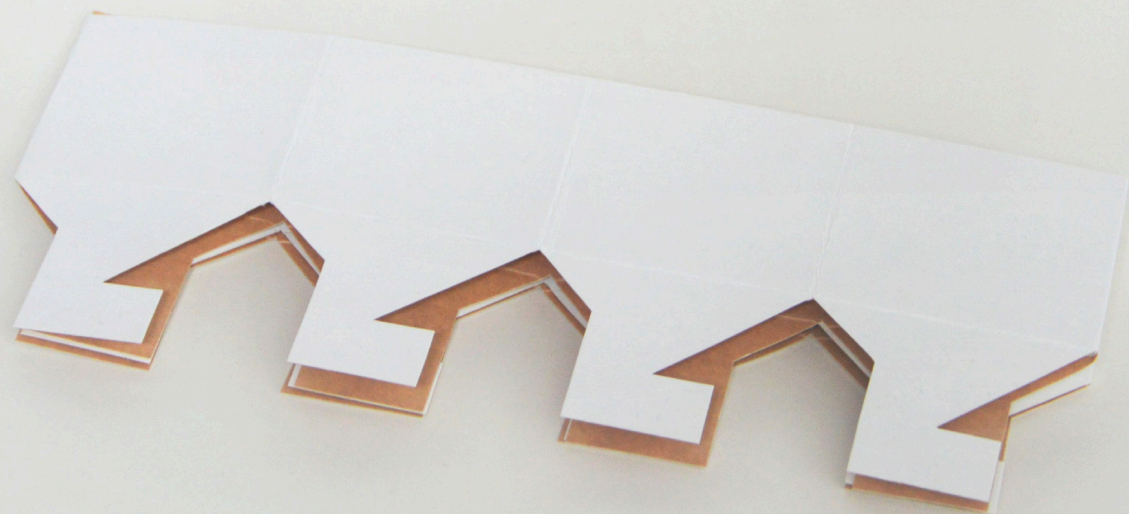








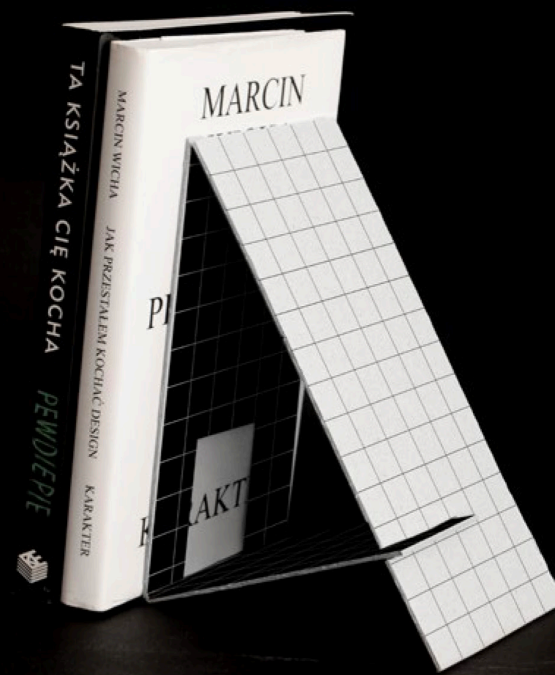
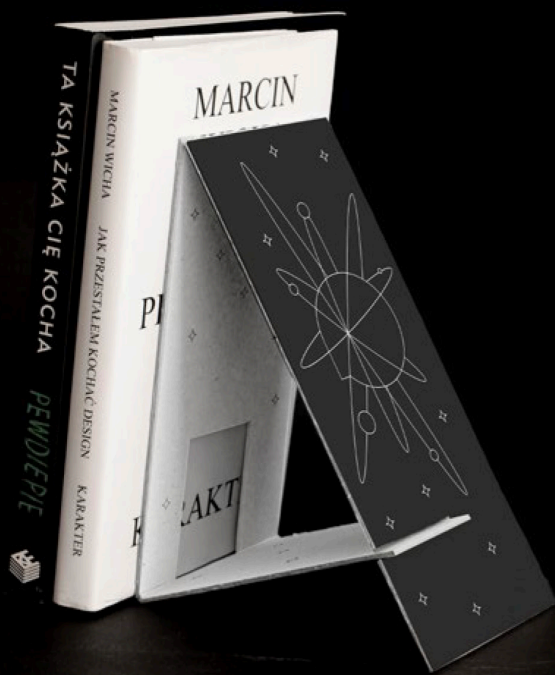




















Festiwal Szekspirowski to jedna z największych międzynarodowych imprez, na którą organizatorzy – Gdański Teatr Szekspirowski i Fundacja Theatrum Gedanense – co roku zapraszają najlepsze szekspirowskie spektakle i najwybitniejszych twórców teatru z całego świata.

Kampania reklamowa polega na umieszczaniu na lustrach w przebiegalniach sklepowych znanych cytatów z dzieł Shakespear. Dzięki temu każdy może poczuć się aktorem, zgodnie ze stwierdzeniem mistrza „Każdy gra jakąś rolę...”

Każdy gra jakąś rolę...

William Shakespeare

Gdański Festiwal Szekspirowski

31 lipca - 9 sierpnia 2020 r.





Każdy gra jakąś rolę...
William Shakespeare

Gdański Festwal Szekspirowski
31 lipca - 9 sierpnia 2020 r.



Drwi z blizn, kto nigdy nie doświadczył rany.

William Shakespeare Romeo i Julia

Gdański Festwal Szekspirowski

31 lipca - 9 sierpnia 2020 r.



**Mówisz, że kochasz deszcz,
a rozkładasz parasolkę, gdy zaczyna padać.**

William Shakespeare

Gdański Festwal Szekspirowski

31 lipca - 9 sierpnia 2020 r.



Każdy gra jakąś rolę...

William Shakespeare

Gdański Festwal Szekspirowski

31 lipca - 9 sierpnia 2020 r.





Reklama ambientowa

cele

Reklama ma mieć prosty, czytelny przekaz. Możliwy do wychwycenia podczas przejeżdżania samochodem w jej pobliżu. Zostawać długo w pamięci. Zaskakiwać oraz rozbawiać. Taki zabieg naprowadzi odbiorcę na uczucia jakie powinny wiązać się z zakupem oraz użytkowaniem produktu.

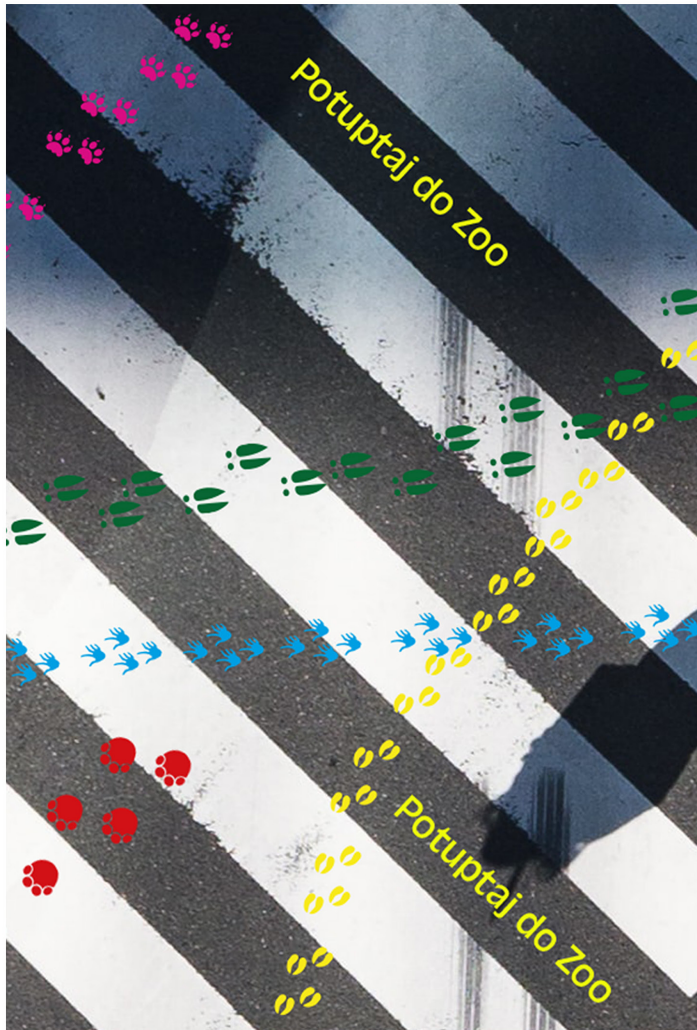
miejsce reklamy

Reklama będzie znajdować się w centralnym punkcie miasta na wysokim budynku.

odbiorcy

Gama odbiorców jest bardzo szeroka, zainteresowany może być każdy kto korzysta z tej formy antykoncepcji oraz ochrony.





Celem reklamy ambietowej jest promowanie Ogrodu zoologicznego w Gdańsku.
Formą reklamy są graficzne ślady zwierząt żyjących w Zoo, zamieszczone na przejściach dla pieszych i budynkach mieszkalnych.

REKLAMA AMBIENTOWA



Cel reklamy

Firma Xerox to jeden z największych dostawców drukarek cyfrowych i skanerów. Kampania została tak skonstruowana, aby w sposób nieoczywisty spopularyzować markę, skupiając się na wysokiej jakości druku i tuszu stosowanych w ich urządzeniach. Cel reklamy, to zaintrygowanie potencjalnego odbiorcy i zachęcenie do zbadania firmy i jej usług.

Miejsce i odbiorcy

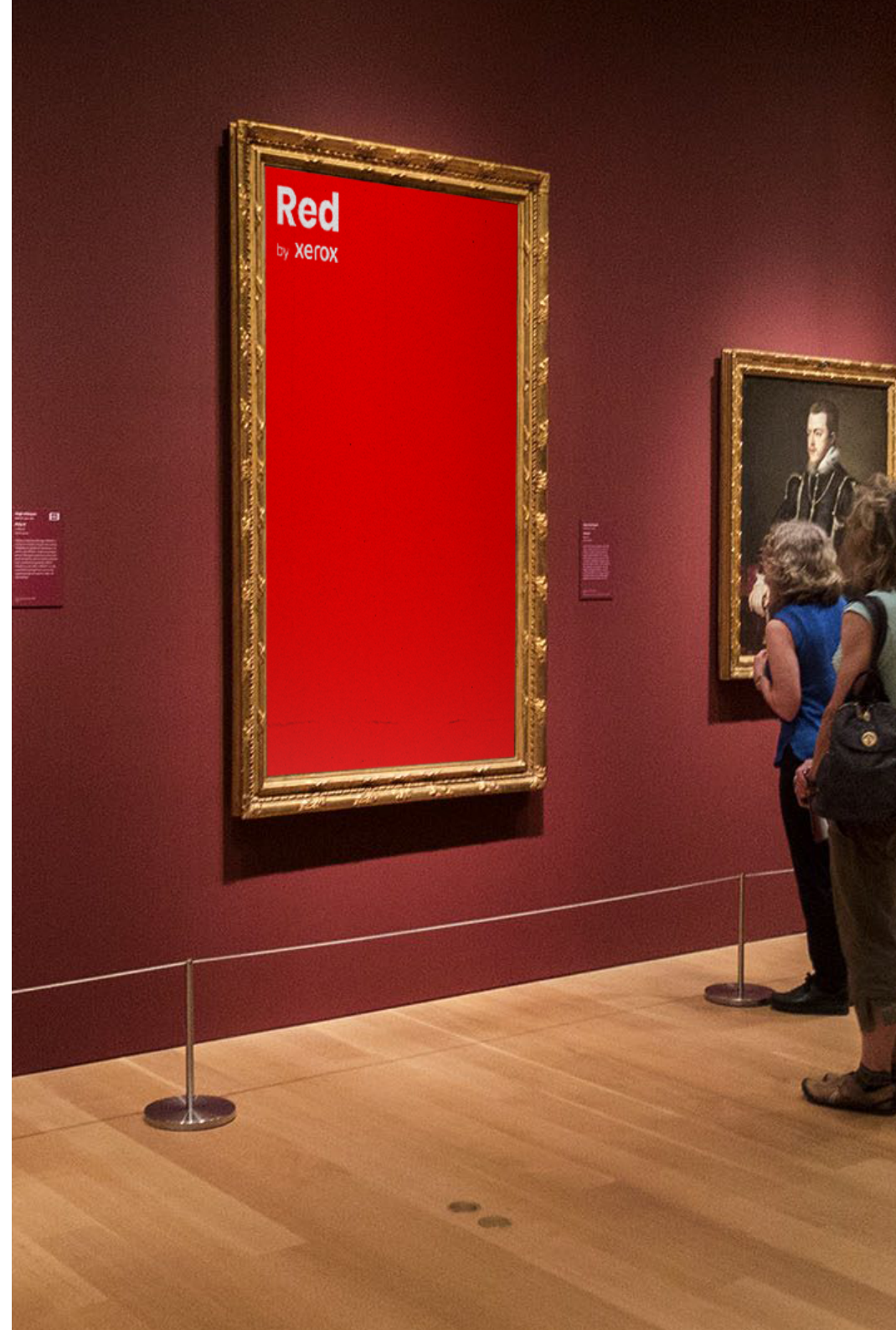
Reklama odbywała by się w miejscach związanych ze sztuką. Aby zwiększyć zasięg i nie zamykać jej w konkretnym środowisku, brano by było pod uwagę głównie miejsca najabrdziej popularne i turystyczne, na przykład Luvr w Paryżu czy Tate Modern w Londynie. Dzięki temu cała kampania stanie się bardziej medialna i zyska większy rozgłos.

Kolor, wielkość i miejsce pracy, powinno być dobrane inteligentnie, z poszanowaniem do otoczenia i sąsiadujących obrazów.





Patryk Zarach



MOLIERA **USKRZYDLA!** Moliera2.com



Moliera2.com

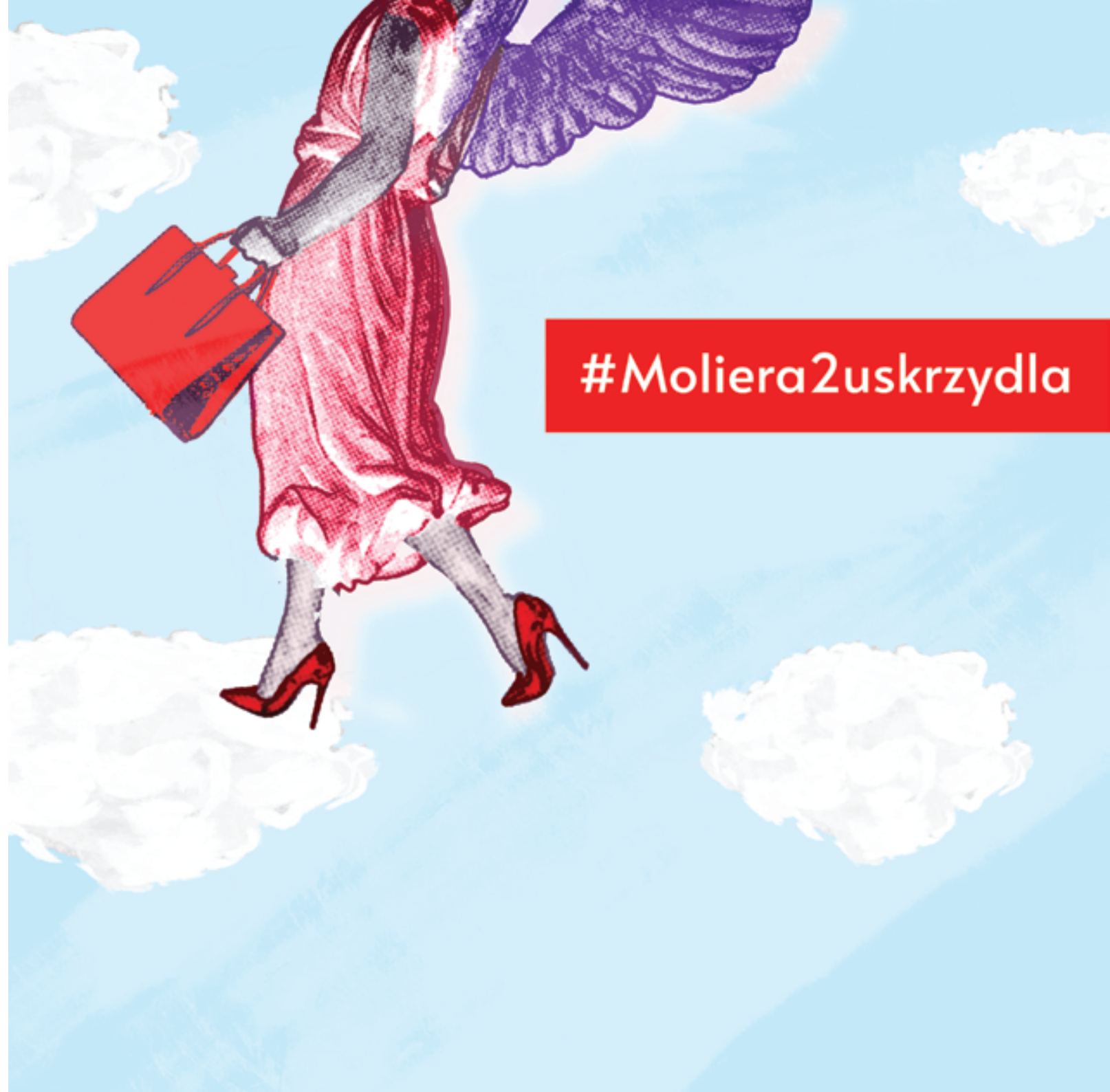
uskrzydla



Moliera2.com

GDANSK USKRZYDLA!





#Moliera2uskrzydla

A stylized illustration of a young girl with long dark hair, wearing a white t-shirt with a crown graphic and blue shorts, sitting between two large golden lions. The lions are depicted in a pixelated or mosaic-like style. The background is a solid red color.

Moliera2.com



Moliera2.com

**GDAŃSK
DŹWIGA
MODE**

Moliera2.com





Moliera2.com **Uskrzydla**

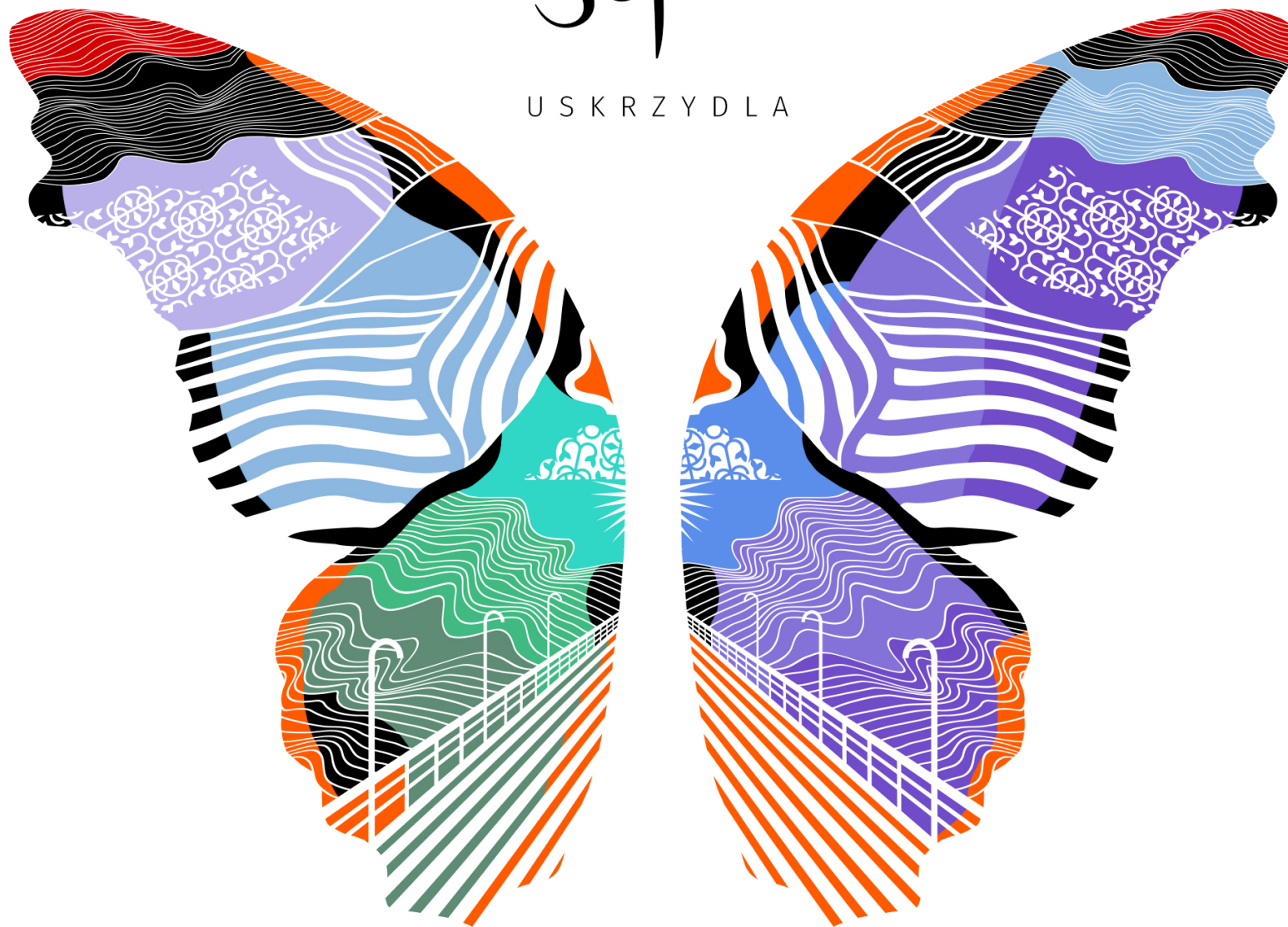


Sopot

Uskrzydla
by Moliera 2

Sopot

U S K R Z Y D L A

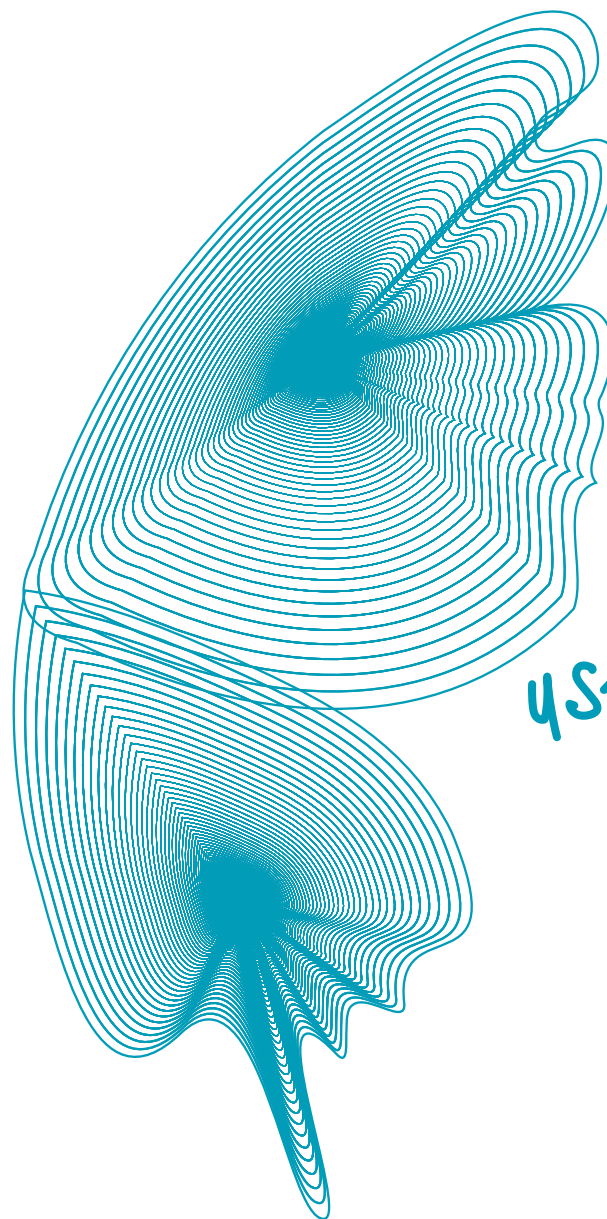
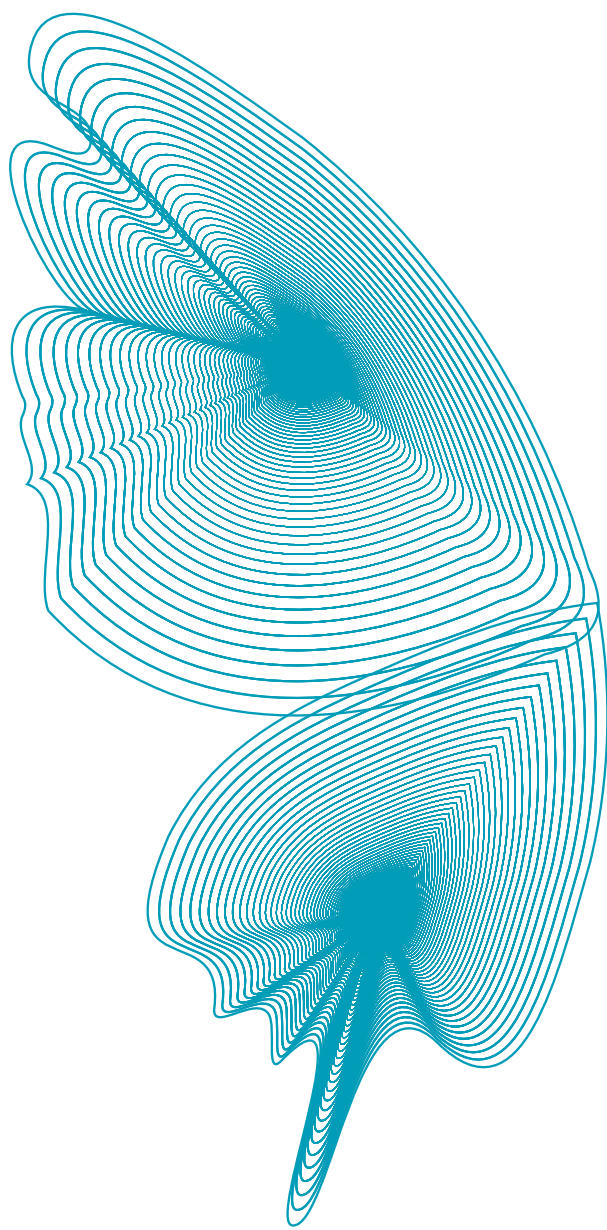


by Moliera2.com



Sopot

Usknydla
by Moliera 2



Sopot
uskrzydla
by Moliera 2



super andrygnall

by Moliera2



Sopot Uskrzydla
Mecenasa muralu - Moliera 2