

parametry techniczne

przygotowania reklam
do tytułów wydawnictwa Phoenix Press

Typy przyjmowanych plików

Nośniki reklam

Wymagania dotyczące reklam i ogłoszeń

Znaki firmowe (logo i logotypy)



PHOENIX
PRESS

BAUER MEDIA GROUP

ostatnia aktualizacja: 08.04.2011

Parametry techniczne reklam i ogłoszeń

Reklamy przyjmowane są **wyłącznie** w postaci elektronicznej.

Typy przyjmowanych plików

1. pliki PDF
 - ustawienia: PDF composite wersja 1.3 (Acrobat 4.0), rozdzielczość 300 dpi, dopuszczalna kompresja wewnętrzna ZIP;
 - dla reklam całostronicowych plik w formacie strony z paserami i liniami cięcia strony;
 - dla reklam w formacie mniejszym niż całostronicowe nie należy używać paserów, linii cięcia;
2. pliki binarne TIF
 - TIF/CMYK o rozdzielczości 300 dpi, z kompresją LZW;
 - nie należy używać paserów, linii cięcia;
3. ewentualnie JPG
 - JPG/CMYK o rozdzielczości 300 dpi, z minimalną kompresją;
 - nie należy używać paserów, linii cięcia;

Przyjmujemy także pliki skompresowane w formacie .zip

Nośniki reklam

1. Internet
 - serwer FTP,
 - w przypadku mniejszych reklam e-mail, namiary można uzyskać w dziale technicznym Phoenix Press);
2. płyta CD-R, CD-RW (w wersji MAC lub PC);

Wymagania dotyczące reklam i ogłoszeń

Pliki muszą być przygotowane w odpowiednim formacie reklamowym, bez kolorów dodatkowych (tylko CMYK), TAC (total ink) < 340, bez profili ICC. Reklamy powinny uwzględniać spad 5 mm z każdej strony.

Czarne teksty i elementy graficzne muszą mieć włączoną opcję "overprint"; pismo umieszczone w kontrze nie może być mniejsze niż 7 punktów typograficznych. Teksty i istotne elementy graficzne należy umieścić w odległości min. ok. 5 mm od linii cięcia. Cienkie linie lub inne podobne elementy graficzne (poniżej 0,8 pkt.) lub tekst poniżej 7pkt. powinny być wykonane w jednym kolorze. Nie należy używać czcionek TrueType i CID Type (ewentualnie zamienione na krzywe).

Pliki reklam muszą posiadać w nazwie dopisane rozszerzenie (np.: .tif, .pdf).

Parametry techniczne reklam i ogłoszeń

Dla stron dwu- lub trzykolorowych reklamy należy przygotować:

- jako grayscale,
- jako CMYK z wyczyszczonymi (nie usuniętymi) zbędnymi kanałami, gdy w reklamie zastosowano dodatkowe kolory (cz-b + inny kolor).

Strona | 3

W tytułach z oprawą klejoną należy pamiętać, że 2 i 3 strona okładki oraz pierwsza i ostatnia strona wkładu będą miały zaklejone 3 mm od strony grzbietu przez klejenie boczne, przez co zmniejsza się efektywny format rozkładówek. Jeżeli nie wprowadzona jest korekta to pojawia się zjawisko „wycięcia” fragmentu obrazu spowodowanego zaklejeniem. Przy czym format strony powinien zostać ten sam, zmianie podlega tylko wielkość obrazu na stronie.

Znaki firmowe (logo i logotypy)

Do materiałów promocyjnych i sponsorskich przygotowywanych przez wydawnictwo przyjmowane są znaki firmowe o następujących parametrach technicznych:

1. pliki wektorowe
 - .AI /CMYK (Adobe Illustrator)
 - .EPS /CMYKnie zawierające zagnieżdżonych obiektów bitmapowych w pliku oraz dodatkowych kolorów (tzw. spot colours); wszystkie fonty należy zamienić na krzywe;
2. pliki bitmapowe
 - .TIF/CMYK
 - o rozdzielczości 300 dpi i rozmiarze min. 5 cm szerokości w podstawie znaku;
3. ewentualnie JPG
 - JPG/CMYK o rozdzielczości 300 dpi, z minimalną kompresją (najlepsza jakość);

Uwaga: pliki .PDF i .CDR (Corel Draw) nie są przyjmowane.

W przypadku wątpliwości prosimy o kontakt z działem technicznym.

dział techniczny	71 / 344-98-08
biuro reklamy	22 / 654-79-16

