

Podklady pro zpracování reklamních ploch a zápisů

Pro kvalitní zpracování firemních reklamních ploch, zápisů a publikací je potřeba dodat odpovídající a vyhovující podkladové materiály. Ty se mohou vyskytovat ve dvou formách:

1. klasická hmotná („papírová“) podoba
2. elektronická podoba

Klasická podoba materiálů

Logotypy

Firemní loga je nejlépe předávat v počítačové formě, ale není-li tato možnost, postačí např. samolepka či jiný prezentační materiál. Podklady, na kterých se logo vyskytuje, musí být kvalitní a dostatečně velké, jinak je nutné u nás logotyp překreslit a celý proces je pracnější a časově náročnější.

Při požadavku na přesné dodržení barev Vašeho loga je nutné zadat složení těchto barev v barevném modelu CMYK (např. Cyan 90 %, Magenta 85 %, Yellow 30 %, Black 10 %).

Obrázky

V našem DTP studiu jsme schopni zpracovat tyto druhy klasických obrazových podkladů:

- a) *diapozitiv* – je nevhodnějším klasickým obrazovým podkladovým materiálem
- b) *fotografie* – raději lesklé než matné
- c) *malby, výkresy, kresby a perokresby*
- d) *tištěná předloha* – nejméně vhodná obrazová předloha, použijte ji pouze v případě, pokud nemáte k dispozici jiné výše zmíněné materiály

Texty

Při zpracování inzerátů s nevelkým množstvím textu, postačí informace srozumitelně předat na papíře, ať již napsané nebo vytištěné na vizitce či jiném propagačním materiálu (je samozřejmě možné předat text i v elektronické podobě – viz níže).

Pokud jste si u nás objednali prezentaci Vaší firmy v naší ediční řadě knih „Historie a současnost podnikání v regionech České republiky“, tak preferujeme dodání textů v elektronické podobě než na papíře. Není-li jiná možnost, nezbyvá než předat texty na papíře a u nás je digitalizovat.

Podklady v elektronické podobě

V našem DTP studiu používáme počítače PC, a proto se níže uvedené informace vztahují k této platformě.

Obrázky

Vektorové kresby (obrázky složené z geometrických objektů, křivek a čar)

Obrázky nakreslené ve vektorových programech (většinou loga, schémata apod.) nám můžete předávat v těchto nejběžnějších formátech jakými jsou např. **CDR, AI, WMF, EMF, EPS**. V případě použití méně známých vektorových formátů je nutné se předem dohodnout.

V případě existence textu v obrázku nezapomeňte text převést na křivky nebo (pokud bude nutnost z naší strany do textu zasahovat) nám společně s obrázkem dodejte ještě soubory všech použitých písem v kresbě (pokud inzerát neobsahuje pouze písma, která jsou standardní součástí Windows).

Co se týče barevnosti, tak pro výplně a obrysy používejte soustavu CMYK. Přímé, RGB a jiné barvy jsme nuceni převést právě na klasický tiskárenský model CMYK.

Bitmapová grafika (obrázky složené z miniaturních bodů na sobě nezávislých)

Tento typ grafiky slouží k uložení obrázků získaných skenováním, digitálně vyfotografovaných snímků nebo vytvořených kreseb v některém bitmapovém editoru. Bez problémů jsme schopni zpracovat běžné formáty bitmapových obrázků jako je **TIF, JPG, BMP, PCX, PCD, PSD, GIF apod.** K uložení obrázku můžete klidně použít i soubor **PDF**. U formátu **JPG** volte při ukládání „rozumný“ stupeň komprese. Při velké kompresi se sice velikost souboru rapidně zmenší, ale podstatně utrpí kvalita obrázku.

Důležitým parametrem tohoto typu grafiky je rozlišení (počet bodů vyskytujících se v obrázku – udává se v dpi, tj. dots per inch neboli počet bodů na 1 palec). Dbejte na to, aby obrázek měl rozlišení alespoň 200 dpi při zachování jeho velikosti. Ideální pro naše potřeby je ovšem **rozlišení 300 dpi**. Z toho vyplývá, že obrázky používané v prezentacích firem na internetu většinou není možné použít pro komerční tisk, neboť mívají rozlišení vztahující se k rozlišení monitoru (většinou 96 dpi). Při nízkém rozlišení by výsledný obrázek v tisku vypadal zubatě. Neposílejte nám proto prosím obrázky publikované na internetu.

Pokud budete pochybovat o vhodnosti obrázku z hlediska jeho rozlišení, raději se s námi poraďte.

Texty (týká se spíše článků do knih)

Textovou část zpracujte v nějakém běžném textovém editoru. Nejvhodnějším je pro nás MS WORD (od verze 6.0 výše). Při psaní textu použijte, pokud možno, písmo Franklin. Pokud toto písmo není k dispozici, použijte běžně obsažené písmo ve Windows (Times New Roman, Arial apod.) a dodržujte následující pravidla:

- klávesu ENTER používejte pouze k oddělení odstavců, nikoli řádků,
- k odsazování prvního řádku odstavce nepoužívejte klávesu TAB, ani několik úhozů mezerníkem,
- vyvarujte se zdvojených mezer,
- text nijak neformátujte, tzn. nepoužívejte odstavcové zarážky, odrážky, necentrujte titulky, neměňte velikost písma, vypněte dělení slov, nezarovnávejte text jinak než vlevo apod.,
- v žádném případě nevkládejte do textu žádné obrázky, dodejte je zvlášť uložené v nějakém grafickém souboru nebo v klasické podobě. V textu pak popř. nějakým srozumitelným způsobem označte místo, kam si přejete obrázek umístit,
- snažte se minimalizovat gramatické a typografické chyby.

Jinak řečeno, texty nám dodejte v úplně hrubé formě. Velmi nám to usnadní práci. Práci nám naopak ztíží, když dostaneme textový soubor s „perfektně“ upraveným textem, vloženým logem a umístěnými obrázky včetně jejich popisků. Reklamy a knihy totiž nezpracováváme v textovém editoru, ale speciálních montážních programech a z takto dodaných podkladů musíme nejprve vytáhnout text, celý text upravit, dále vytáhnout obrázky, ty upravit a vložit ke zpracovanému textu do montážního programu.

Jestliže jste si neobjednali grafické zpracování reklamní plochy a prezentaci nám dodáte sami, tak se držte výše uvedených zásad týkajících se elektronických podkladů a při zpracování použijte nejlépe program CorelDRAW (verze 5 až 9). Pokud budete chtít inzerce tvořit v jiném programu, raději nám to předem sdělte. Nebudete-li si při přípravě Vaší reklamy s něčím vědět rady, můžete kdykoli kontaktovat naše grafické oddělení.

Pár informací o barevnosti

Veškeré publikace, vydávané naší firmou, tiskneme klasickým ofsetovým tiskem v barevné soustavě CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, black – azurová, purpurová, žlutá, černá). Pomocí těchto čtyř tiskových barev je možné namíchat spoustu barevných odstínů.

Veškeré objekty obsažené v grafických návrzích reklamních ploch a zápisů proto převádíme do tohoto modelu. Pokud máte speciální požadavky na barevnost (především u loga), tak není vyhovující informace typu „světle modrý obdélník na tmavozeleném podkladu“.

Na druhou stranu, jestliže máte k dispozici pouze označení barvy, např. PANTONE 125 CVC, musíme takto označenou barvu převést na nejpodobnější barvu do modelu CMYK. Takovéto označení barvy se týká některé z tzv. přímých barev. Soustava CMYK totiž bohužel nepojme takové odstíny jako jsou zlaté, stříbrné a zářivě „svítivé“ barvy. Pro tyto barevné odstíny se používají speciálně namíchané tiskové pigmenty, které mají své přesné označení a nazývají se právě přímé barvy. Proto také nejsme schopni reprodukovat některé barevné odstíny obsažené např. na samolepkách, kde se vyskytuje často tento typ barev.

Ideální je, pokud nám sdělíte procentuální složení základních tiskových barev CMYK. Jestliže tomu tak není, jsme nuceni s barevností do určité míry pomoci vzorníku improvizovat.

Korektura

Po zpracování Vaší reklamní plochy od nás dostanete ke korektuře náhled grafického návrhu vytištěný na stolní barevné tiskárně. Upozorňujeme, že barevné odstíny většinou neodpovídají skutečnosti (byť jsou všechna barevná nastavení provedena dle Vašich požadavků) a celé barevné podání takto vytištěného návrhu ve větší míře neodpovídá tomu, jak bude ve výsledku vypadat v komerční tiskárně. Toto je způsobeno úplně rozdílnou technologií tisku inkoustových tiskáren a ofsetových strojů. Proto barevnost grafického náhledu není tak věrohodná.

V korektuře prosím zkontrolujte všechny náležitosti Vašich inzerátů a srozumitelně označte všechny Vámi navrhované změny.