

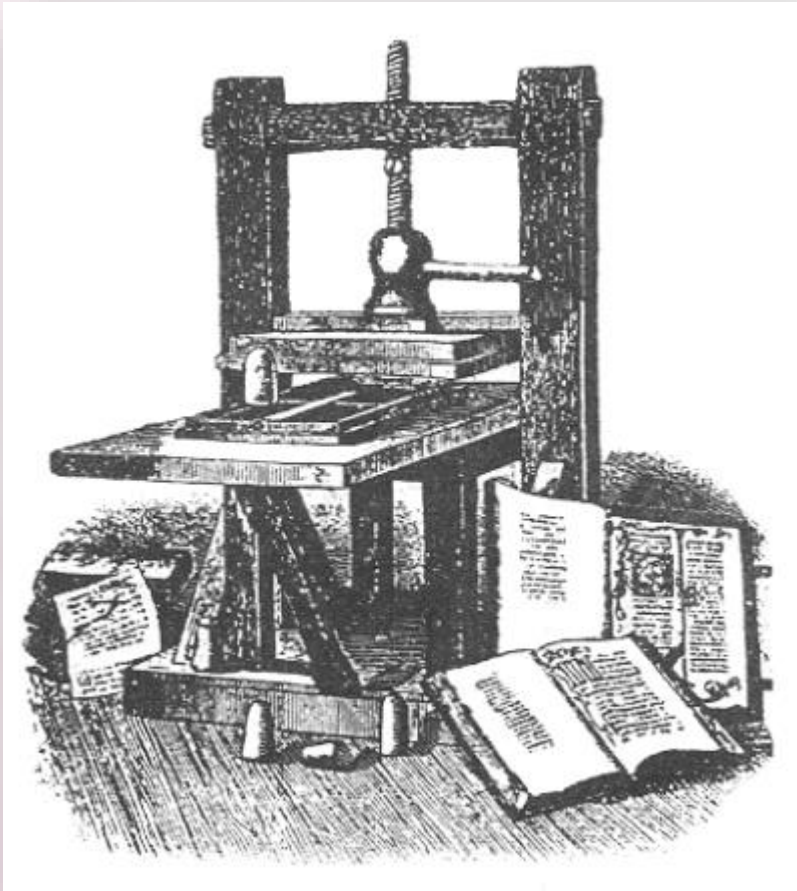
Введення в поліграфію



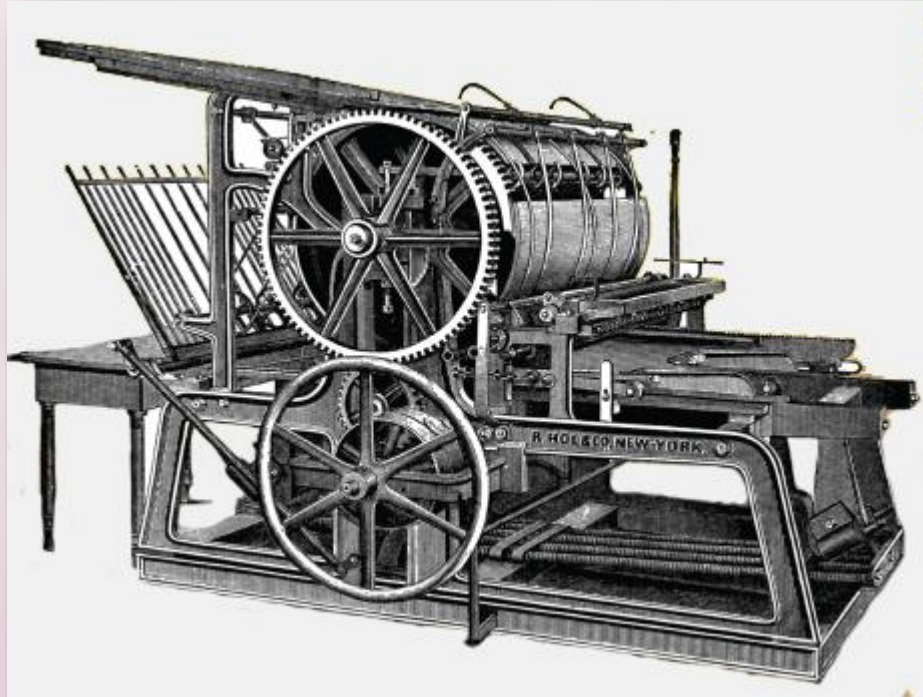
- * **Поліграфія** - галузь техніки, сукупність технічних засобів і технологічних прийомів, використовуваних для одержання великої кількості однакових копій (репродукцій) оригіналу, що пройшов редакційну підготовку і додруковану підготовку.



Поліграфія пройшла тривалий і складний шлях розвитку. Її технічною основою є винайдення близько 1440 р. Й. Гутенбергом книгодрукування. комплексна механізація й автоматизація всього виробництва;



Уже в 16 ст. поліграфія набула характеру розвиненої мануфактури.



В 19 ст. з винаходом друкарської машини в поліграфії відбувається промислова революція, що ознаменована створенням поліграфічного машинобудування.

У середині 20 ст. у ході науково-технічної революції поліграфія розвивається за такими напрямками:

- * перехід до електронних способів виготовлення друкарських форм для всіх способів друку (використання комп'ютера для кольороподілу та фотонабору);**
- * широке застосування рольового офсетного друку на високошвидкісних машинах;**
- * створення автоматичних потокових ліній в оздоблювальних цехах;**
- * використання локальних та глобальних комп'ютерних мереж для передачі даних.**



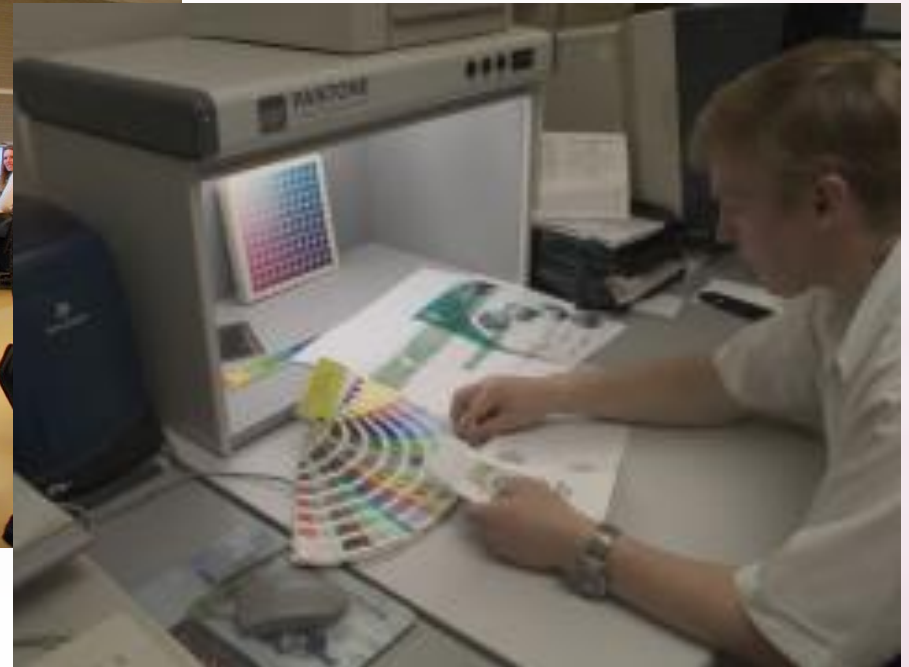
* **Поліграфічний процес** - це регламентована послідовність технологічних операцій, проведених з використанням технічних засобів, призначених для виготовлення друкованої продукції. Сутність поліграфічного процесу полягає у формуванні відповідно до оригіналу зображення з кольорового шару і у його передачі на поверхню, що задруковується, з наступною обробкою отриманих відбитків відповідно до вимог замовника.



Поліграфічний процес складається з трьох частин:

* додрукарський (підготовчий);

Додрукарські процеси спрямовані на виготовлення оригінал-макету, друкарської форми.



* друкарський (сам процес друку);

Завдання друкарських процесів - отримання тиражних відбитків, що відтворюють оригінал.



* післядрукарські (оздоблювальні) процеси.

Оздоблювальні процеси завершують виготовлення друкованої продукції



Підготовка публікацій до видання - складний і продуктивний процес. Він складається з взаємопов'язаних етапів:

- * Макетування (вибір макету, вибір формату, орієнтація паперу, поля, елементи дизайну, модульна сітка)
- * Підготовка тексту
- * Підготовка зображень
- * Вибір шрифтів
- * Верстка (вирівнювання, формування переносів, інтерліньяж, підгонка тексту,)
- * Друк оригінал-макету



* **Бюлетень** - періодичне або таке, що продовжується видання, вміст якого складають нормативні, інструктивні, довідкові, рекламні матеріали організації, що видає його.

ІНФОРМАЦІЙНИЙ БЮЛЕТЕНЬ МАРКЕТИНГУ

Дистрибуція – завершальний акорд
потужної симфонії

Керівник групи компаній «Верес» Андрій Родіонцев стурбований діями конкурентів. Нещодавно «Торчин продукт» випустив ряд виробів в упаковці Doe-Pack, що відразу уподобали покупці. А щойно «Чумак» вивів на ринок марку «Дарина» у такій же зручній упаковці.

Загартований у «боротьбі за споживача» Андрій розумів, що не слід зволікати з кроком-відповіддю...

Захоплююча історія розвитку ринку кетчупів

Вітчизняний ринок кетчупів розвивався динамічно.

1995 рік – на ринку пропонувалися три групи кетчупів:

1) у скляних оригінальних пляшках іноземних торговельних марок (далі ТМ) – кетчупи, рівень якості та вартість яких були досить високими:



Великого значення надають виробники якості сировини. Кожен компонент рецептури надходить із того регіону України, де його смакові властивості найкращі.

Професійний підхід до справи незабаром дав результати: вироби ТМ «Верес» отримали нагороди на престижних міжнародних виставках та ярмарках.

ТМ «Верес» динамічно розвивається. Так, у перші роки існування підприємство ще не мало своєї фірмової пляшки, і на кришках ще не було зображення елементів фірмового стилю компанії.

Сучасний варіант ТМ «Верес» має два основні кольори: на зеленому тлі – білі літери «Верес» (виконані стандартним шрифтом). Ще один стандартний елемент для усіх видів продукції – зображення плетеної корзини на етикетках. Наповнення корзини для різних видів продукції різне. Біля малюнка розміщено назву продукту, а також слоган: «Роди-

* **Фірмовий бланк** - це один з елементів фірмового стилю, своєрідна візитна картка компанії.



* Блокноти, як один з засобів довгострокового рекламного впливу, використовують як при проведенні семінарів, конференцій, зборів, так і для повсякденної роботи. Дизайн та поліграфія блокнота, як носія іміджевої реклами, відповідають з корпоративному стилю компанії.



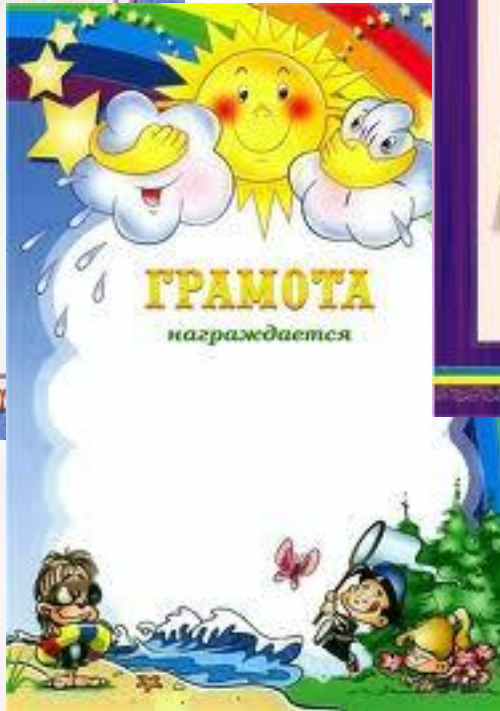
* **Запрошення** - важливий атрибут підготовки до свята, гості будуть у першу чергу звертати увагу на оформлення й прикраси запрошувальної листівки.



* **Фірмовий конверт** — не менш важливий носій корпоративного стилю компанії ніж візитка, фірмовий бланк чи папка. Тому компанії, що піклуються про свій імідж, відправляють ділову кореспонденцію у власних конвертах з фірмовою символікою.



* Сертифікат (Диплом, Грамота) — неодмінний атрибут урочистого заходу, що відзначає подію, досягнення або факт завершення важливого етапу у житті чи історії людей, компаній, спілок тощо.



* **Фірмова папка** - виріб з щільного паперу або картону, що служить для зберігання різного роду паперів, документів, рекламних матеріалів.

Папки бувають декількох видів:

* суцільні без бічних клапанів - з одного аркуша матеріалу;

* цілюнокрійні з бічними клапанами - з цілого аркуша матеріалу;

* з приклеєними кишнями
(кишеня - клапан виготовляється з окремого аркуша паперу й потім приклеюється до основи);

* с замковим кріпленням - папку можна розкласти не розриваючи, а потім зібрати знову.



- * Білборд - окремо дву-, що стоїть, або одnobічний рекламоносітель. Ефективно використовувати конструкції магістральних щитів формату 6х3 метри в рекламі, дозволяє планування більшості районів міста (широкі багатолюдні прямі вулиці з хорошою видимістю)



- * **Банер** - від англійського рекламного терміну: banner - вінілове полотно. Часто використовується для виробництва зображень в зовнішній рекламі.

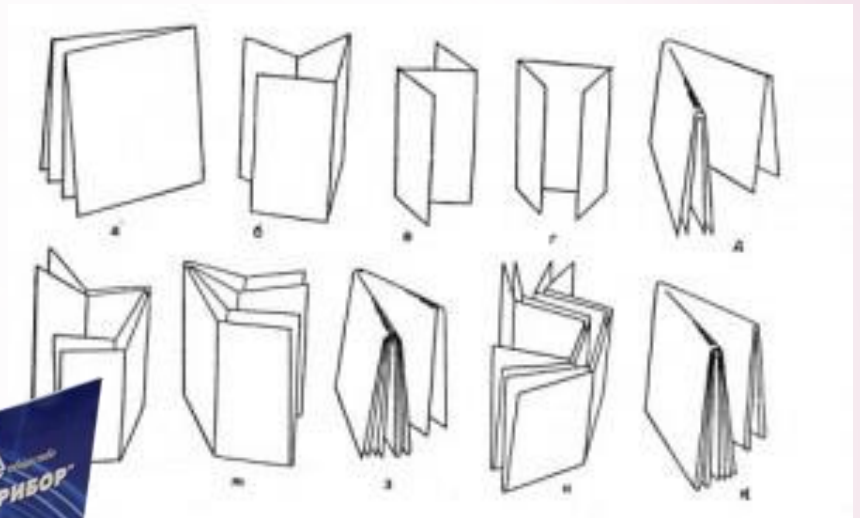


- * **Рекламні буклети** можна використати в своїй рекламній компанії, яку будете проводити в офісах, на вулицях, виставках і презентаціях.

Основні складові **буклету**:

- * візуальний ряд;
- * інформаційний блок, що описує продукцію, послугу тощо;
- * контактна інформація.
- * Традиційний і найпоширеніший формат **буклету** - листівка формату А4 (210 x 297 мм), складена 2 рази (лифлет). Такий формат **буклету** дозволяє йому вміщатися в стандартному поштовому конверті.

*Зразки схем складання буклетів



* Рекламна листівка - друкований аркуш паперу, що відрізняється від буклету відсутністю згинів, один з найпопулярніших, недорогих та ефективних засобів рекламного впливу на споживача.



**КНИЖКОВА
ХАТА**

Хочеш все на світі знати -
завітай в "Книжкову хату"

з 13.02.11

по 14.02.11

-10%

при пред'явленні
цього флаєра

м. Вінниця,
вул. Тімірязєва, 48
(біля Центрального ринку)
тел. (0432) 61-23-40

ArGran

изделия из
искусственного камня



Столешницы для кухни
и ванной комнаты



подоконники
раковины
балясины
лестницы

барные стойки

стеновые панели

шпили столбцов

и заборов

фонтаны

статуи



ШИРОКАЯ
ГАММА ЦВЕТОВ,
ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ
ПОДХОД И ГРАМОТНОЕ
КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ
НАШИХ КЛИЕНТОВ



любые дизайнерские решения
для благоустройства
интерьера, экстерьера,
ландшафтного дизайна
и многое другое у нас!

- * **Плакат** - листові поліграфічне видання, що використовується в рекламних, агітаційних, інформаційних або навчальних цілях, з яскравою графікою або художньою фотографією і, як правило, з коротким текстом.

GPRS: ВХОД
свободный



с 17.05.2006 пакет трех услуг на базе GPRS
(GPRS-Wap, GPRS-Internet, MMS)
предоставляется без абонентской платы
и платы за подключение

☎ 06 047



Агентство «Беломор» - рекламное агентство, специализирующееся на рекламе в интернете



* **Проспект** - рекламно-інформаційне неперіодичне видання, що містить систематизований перелік послуг, товарів або опис одного товару, призначеного до випуску, продажу або показу.