

Дизайн полиграфической продукции



Дизайн полиграфической продукции

- **Дизайн полиграфической продукции** — разновидность графического дизайна, в задачи которого входит разработка материалов под печатную продукцию. Чаще всего готовым продуктом является бумажный носитель.
- Под разработкой дизайна в полиграфии понимается графическое оформление макета согласно пожеланиям заказчика и в соответствии техническим требованиям для реализации данной продукции.

Основная задача полиграфического дизайна

- разработать дизайн таким образом, чтобы обеспечивать лёгкость восприятия на печатном носителе. При разработке макета дизайна для полиграфической продукции необходимо знать: на каком носителе будет представлен готовый макет, какова технология печати, какие постпечатные процессы пройдет макет после печати.

К рекламной полиграфии относят:

листовки, плакаты, каталоги, буклеты, брошюры, стикеры, рекламные проспекты, рекламные каталоги.



Листовка

- **Листóвка** — вид печатной полиграфической продукции, односторонний лист бумаги с текстом и иллюстрациями.
- Листовки применялись еще с древности в агитационной деятельности, политических кампаниях, во время военных действий. Листовки подкладываются, передаются из рук в руки, разбрасываются с самолётов, а также расклеиваются.
- **Листовки бывают:** одноцветными, двухцветными или цветными; односторонними или двусторонними; с иллюстрациями или текстовые.

Листовка в древности



WYKAZ TOWARÓW WYSYLANYCH DO ZSRR

W dniach 26-28 września br. w Regionie Południowo-Zachodnia ZR NSZZ Solidarność w Przemysłu przemysła nasz członek prezydium ZR kol. Tadeusz Latko w celu wymiany poglądów związanych z pracami zespołu ekonomicznego przy KKP w Bydgoszczy. Między innymi zabrał doń istotne dane o towarach, które są wysyłane do ZSRR. Informacje z tym przedmiotem otrzymał od 2-ey przewod. KZ NSZZ Solidarność Stacji PKP Przemysł Ob. Witolda Króla. Z opisu p2 Króla wynika, iż na przestrzeni czterech miesięcy br. wysłano z naszego kraju do ZSRR następujące towary:

I. 1929-1931.1:

obuwie 37 wagonów
konfekcja 28 "
wyklejki podł. 7 "
galanteria czekol. 8 wagonów
tkaniny 5 "
namoty 5 "
kapy 5 "
wyroby cukier. 14 "
kosmetyki 5 "

I. 1932-1934.1:

lekarstwa 2 wagony
obuwie 61 "
konfekcja 49 "
wyklejki podł. 4 "
galanteria czekol. 18 "
namoty 5 "
tkaniny 12 "
kapy 14 "
wyroby cukier. 6 "
kosmetyki 5 "

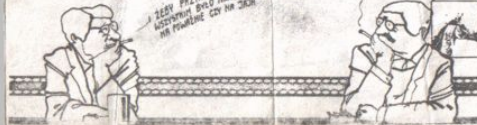
I. 1935-1937.1:

obuwie 36 wagonów
konfekcja 17 "
wklejki podł. 7 "
galanteria czekol. 12 "
kosmetyki 1 "
tkaniny 12 "
bielizna + koszule 6 "
bielizna 1 "
namoty 4 "
kapy 9 "
wyroby pederson. 4 "
i rajstopy 4 "

I. 1938-1941.1:

lekarstwa 2 wagony
obuwie 11 "
konfekcja 7 "
wyklejki podł. 7 "
galanteria czekol. 2 "
kosmetyki 2 "
tkaniny 11 "
bielizna + koszule 2 "
namoty 4 "
kapy 9 "
kosmetyki 1 "

ŻEBY PRZEDCIEPNEJ PRACY
KONSTRUKCJI BYŁO WYKONANE
NA POWIĘKSIENIE CENY NA ŻELAZO



Przebiegający wykazy adwansu, które przechodziły przez KKP Przemysł w 2-ym etapie styczeń, luty, marzec, kwiecień i maj 1931 r. można zamierzać, że najgłośniejsze są wysyłane wagony następujące:
- wyroby cukierkowe /37 wagonów/,
- konfekcja /28 wagonów/,
- obuwie /37 wagonów/,
- galanteria czekolki /8 wagonów/,
- tkaniny /57 wagonów/
Wszystkie towary, które wysyłane przez Przemysł do Związku Radzieckiego stąd dane powyższe są dość ogólnikowe. Dokładniejszemu dane posiada Urząd Celny. Jednak dostęp do dokumentów jest absolutnie tak jak i do wagonów, gdyż są ściśle strzeżone. Tarcie wycieczki są wysyłane, a w kwietniu i maju br. wysłano do ZSRR 1500 szt. maszyn do szycia tak bardzo poszukiwanych przez nasze panie, których posiadanie jest możliwe w formie przedpłat nie wiadomo w jakim okresie czasu.
Sumując refleksje są powyższy temat, nie sposób zauważyć, jak nasze społeczeństwo jest ograniczone z podstawowych artykułów konsumpcyjnych, których dotychczas brak odawano się z dnia na dzień na naszym rynku. Iż i z zamian i otrzymujemy towary, które nas nie nadaje się na naszą dla bydła.

PREZYDIUM
ZARZĄDU REGIONALNEGO
NSZZ „SOLIDARNOŚĆ”
W ZIELONEJ GÓRZE



Листовка в современном обществе - анонс.

II этап III Всероссийских соревнований снайперских подразделений милиции особого назначения из внутренних дел РФ, посвященных памяти России А. Крестьяни

21-25 июля 2009

ХОУ-СТРЕЛКА ЮЖНОГО ОКРУГА - ОРЕНБУРГ
 XII открытый Всероссийский турнир по боксу среди молодежи на призы заслуженного мастера спорта В.Ф. Чернышова

22-25 октября 2009

«ОЛИМПИЙСКИЕ НАДЕЖДЫ» БОКС ВСОСРЕССИЙСКИЙ ТУРНИР
 РОССИЯ - СРЕДНИЙ 2009

ПРОГРАММА СОРЕВНОВАНИЙ

09.00	Вход на арену, открытие боя
12.00 и 13.00	Четвертьфиналы
17.00 и 17.00	Полуфиналы
18.00	Финалы

ул. Вокзал, 17
 тел.: (35327) 53-42-79, 53-42-76

14-15 ноября 2009 года в 11.00

ПО КАРАТЭ-Ю

ОТКРЫТОЕ ПЕРВЕНСТВО ГОРОДА ОРЕНБУРГА

FRONT

BACK

NEU RAVE KIDS

DATES:

- 27.09.07 PANTHER & THE FLASH 'LIVE'
- 11.10.07
- 08.11.07
- 13.12.07

ADRESSE:
 TSUNAMI CLUB Im Ferkulum 9 50678 Koin

www.MYSPACE.COM/KIDSRIVEN

Design: www.myspace.com/stbrunback

УШУ-САНЬШОУ
 посвященное Дню космонавтики

12 апреля

Открытие в 12.00, предварительные бои в 16.00 (вход свободный)

Организаторы мероприятия:

- Комитет физической культуры и спорта Администрации Оренбурга
- Секция Ушу-Саньшоу Оренбурга
- Секция ушу-Саньшоу Челябинска
- Федерация Ушу-Саньшоу России
- Российский Сила Боевых Искусств

Официальный партнер:
 - ЗАО "Сибирский Телевидение"

Информация по телефонам
 (3532) 38-82-82, 94-47-48

Листовка в современном обществе - информирование



Требования к оформлению

Для удобства прочтения рекламной листовки необходимо:

1. Выделение главной рекламной цели (или задачи)
2. Ранжирование информации
3. Разработка и вычленение заголовка, подзаголовка и основного текста
4. Разработка слогана
5. Выбор и композиционно верное расположение иллюстрации

8 правил рекламной листовки

1. Основной смысл листовки

- Первой на листовке должна бросаться в глаза суть рекламного предложения (одежда, вклады, продукты на дом и т.п.). Здесь используется **самый крупный шрифт**. Это должно привлечь внимание потенциального клиента с расстояния, и тогда он поймет, что стоит хотя бы взять листовку. Если же он не увидит того, что ему интересно сразу, он может попросту на листовку не среагировать и пройти мимо.

8 правил рекламной листовки

2. Привлекательные предложения

- Во вторую очередь на листовке во внимание должны попадать "привлекатели" (большие размеры, высокие ставки т.п.). Понятно, что "привлекатели" должны быть, иначе листовка не вызывает особого интереса даже у тех, кого заинтересовала суть. Шрифт для них используется поменьше заголовочного, но значительно крупнее, чем остальной текст.

8 правил рекламной листовки

3. Ценность содержания

- Рекламная листовка должна **иметь собственную ценность**. Иначе говоря, в ней должна быть причина, по которой ее сохранят. Для этого можно связать ее с чем-нибудь или просто переименовать. **Назовите листовку купоном на скидку, талоном на дегустацию, или хотя бы просто пригласительным билетом**. Если листовка имеет долгосрочный эффект и рассчитана на какое-то хранение, прежде чем ей воспользуются, можно ее сделать **в виде носителя полезной информации, как то: схема метро, сетка соотношения размеров, список нужных телефонов или адресов**. Только в этом случае лучше размещать рекламную и полезную информацию на одной стороне листовки, а рекламную информацию на другой.

8 правил рекламной листовки

4. Чем меньше текста-тем лучше

- Идеальная листовка содержит изображение товара или логотип, предложение и контакты с указанием требуемого действия. Но мало написать адрес или телефон, очень важно в повелительном наклонении написать “зайди”, “позвони” и т.д.
- Если человек заинтересовался в предложении, то он посетит вас или позвонит для уточнения подробностей. А если акция его не заинтересовала, то листовка улетит в мусорную корзину. С текстом или без него.
- Человек возьмет и сохранит ту листовку, которая несет полезную информацию. Но полезная информация должна правильно преподноситься.

8 правил рекламной листовки

5. Исключаем отрицания

- Исключите из текста выражения «Если вы...» и отрицания. Текст должен быть понятным, без двойного смысла, без профессиональных терминов (покупатель просто не поймет о чем речь), из коротких предложений и не забудьте, что его читает потенциальный клиент.
- Основные элементы лучше выделять **жирным написанием или пунктами**. Пунктов должно быть от 2 до 7, оптимально от 5 до 9, можно меньше, но не больше. Не используйте выделение в виде '-', так как на подсознательном уровне психологически это воспринимается как отрицание. Лучше пункты выделять галочками или крупными

8 правил рекламной листовки

6. Размер листовки

- Рекламная листовка должна быть маленькой, а текст на ней - крупным. Чем меньше листовка, тем ее проще куда-нибудь положить, а значит больше вероятность, что ее сохранят. Идеальная рекламная листовка, это визитка. Во-первых визитка воспринимаются намного приятнее, как нечто личное, и ее хочется оставить себе, а во-вторых ее очень удобно хранить в бумажнике. Максимально же допустимый размер приличной рекламной листовки – А5. Понятно, что для того чтобы вместить максимум информации на маленькую листовку, проще всего уменьшить шрифт. Но подумайте о тех людях, у кого слабое зрение, и тех, кто будет читать листовку на ходу или в трясущемся транспорте. Часть из них физически не сможет прочесть текст, а большинство просто не станет напрягать глаза. Так что лучше просто написать самое главное.

8 правил рекламной листовки

7. Кому предназначены

- Обратите внимание к какому контингенту относятся ваши клиенты. Если вы торгуете эксклюзивной одеждой и ее покупают молодые жены или дети олигархов, то упирайте в тексте именно на эксклюзивность. В вашей одежде покупатель будет «впереди планеты всей».
- Бумага на которой изготавливается листовка должна быть качественной. И придайте ей ценность. Пусть листовка будет купоном на скидку или предложите обменять ее на подарок от фирмы. И тогда мимо вашей маленькой бумажной хитрости никто не пройдет мимо. А это значит, что круг ваших потенциальных клиентов значительно расширился.

8 правил рекламной листовки

8. Тестируйте

- Никогда, повторяю никогда не ограничивайтесь единственным вариантом флаеров.
Эффективность любого рекламного носителя надо тестировать. И выбирать в итоге наиболее эффективные варианты.



Примеры листовок



Буклет и флаер

- Буклет – это двухсторонняя листовка, сложенная для удобства в 2-3 раза (2-3 фальца).
- Флаер - маленькая листовка формата А7 или А6.
- Наклейка (стикер) - самоклеящаяся листовка небольшого формата (А6 и меньше)

Буклет



<http://vivat-grupp.uaipro.net...>

Каталог, брошюра

- Каталог, многостраничный буклет, брошюра – это многостраничное полиграфическое издание, состоящее из обложки, и основного блока информации. **Основная цель** – рекламная, максимально широко представить рекламируемый товар.
- **Особенность верстки и дизайна:** общность иллюстративного материала, ранжирование текстовых блоков, графическое оформление заголовков, колонтитулов и страниц.

Проспект, каталог

- Рекламный проспект – это специальная брошюра, раскрывающая потребителям товаров или услуг основные направления деятельности и открыто представляющая им позицию компании на рынке. Такой рекламный буклет может быть выпущен абсолютно любого размера, зависящего лишь от целей маркетинговой акции, возможностей рекламодателя и предполагаемой аудитории.

Особенность создания рекламного буклета

Информационное наполнение рекламного буклета состоит из краткого описания ассортимента предлагаемых продуктов и услуг компании, комментариев и отзывов экспертов в той или иной области. Все, что представлено в буклете, призвано в первую очередь помочь потребителям сориентироваться в классе предлагаемых услуг и продукции, понять уровень их качества, познакомиться с технологическими особенностями производства или понять схему проезда.

Особенность создания рекламного буклета

Помимо текстов, рекламный буклет включает в себя и красочные изображения, раскрывающие содержание комментариев и создающие привлекательный вид. При создании буклета могут быть использованы фотографии выпускаемой продукции, производственной линии, схемы технологических процессов и т.д. Зачастую используются и снимки продавцов товаров и услуг и конкретных покупателей, демонстрирующих положительные эмоции при выборе предлагаемой продукции.

Главенство информации на разворотах буклета

Оборот обложка буклета

Выходные и адресные данные, резюмирующие слова об основном рекламном предложении, слоган, итоговое фото

Обложка буклета

Образная, красочная, яркая, отражает основную рекламную идею и рекламный посыл буклета

Обязательные элементы:
Иллюстрация, заголовок, слоган, название организации

Вторая после обложки страница буклета

Повествует об основной идее, раскрывает главную рекламную тему

Обязательные элементы:

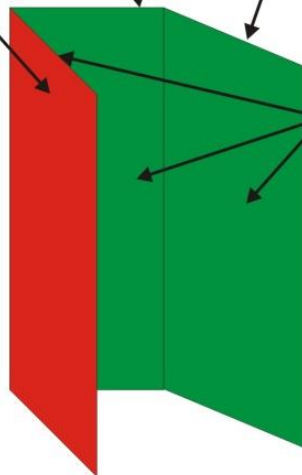
Текст и поясняющие иллюстрации

Основные информационные поля буклета

Раскрывают рекламную идею, содержат полный рекламный текст с пояснениями и уникальными предложениями

Обязательные элементы:

Текст, иллюстрации, подзаголовки



Каталог, брошюра

aleksa
ДИЗАЙН СТУДИЯ



Примеры буклетов

ГРАД
КОСМИЧЕСКАЯ ЗАЩИТА

Спутниковые технологии обеспечивают безопасность

Охрана имущества и транспорта

НАМ СВЕРХУ ВИДНО ВСЕ
вы так и знайте

По оценкам экспертов МВД, чтобы украсть машину, обильно сигнализация сегодня слышит авто. Автомобили, особенно дорогие, укомплектованы оснащением, обеспечивающим по последнему слову техники, счет идет на секунды – и спустя небольшое время найти прощай уже невозможно. Сегодня система, которая преступника не сможет добраться.

Ограбленный автомобиль оснащается комплексом датчиков, реагирующих на проникновение в салон, несанкционированный запуск двигателя, перемещение в пространстве и другие события. При возникновении нештатной ситуации сигнал отправляется по беспроводному GSM-каналу связи в диспетчерскую, тревожные службы и в правоохранительные органы. При этом идет непрерывное слежение за автомобилем через спутники GPS с максимальной точностью.

Свое дорогое и дорогое или офисное – это жизнь людей. Но и имущество тоже важно. В ЧОП «Град» есть много средств и методов охраны то и другое. Ограбленный объект оснащается комплексом транзюбируемых датчиков, реагирующая на разные заданные ситуации, включая проникновение со стороны, задыхание, пожар, утечку воды или газа и многое другое.

У нас не угонят!

Как это работает?

Безопасность без компромиссов

То же самое верно и для Вашей недвижимости – квартиры, загородного дома, вещей и ценностей в Вашем доме.

Речь о спутниковых технологиях мониторинга, слежения и защиты имущества, транспорта и личной безопасности. В Уральском регионе такие услуги предоставляет частное охранное предприятие «Град», лицензированное Министерством Внутренних Дел РФ. Обратившись к нам, Вы получите беспрецедентный по современности и надежности пакет услуг, при этом адаптированный специально под Вашу конкретную ситуацию.

Несомненно гарантируя качество ЧОП «Град» осуществляет обеспечение безопасности личного и коммерческого автотранспорта, мониторинг объектов недвижимости, предоставление услуг в сфере доставки и навигации, а также обеспечение персональной безопасности – Вашей, Вашей семьи, Ваших близких, Ваших сотрудников.

Важнее, необходимо для подвода группы разворотов, злостным образом пренебрежительно упускает не только выехать из строя охранную систему, но даже и обслуживать ее – в первую очередь, если бы автомобиль не порывался даже в закрытом гараже – он будет найден в считанные минуты. Возможно также дистанционное выключение и блокировка двигателя (если это позволяет обстановка – диспетчер видит ситуацию в реальном времени по карте).

СЛЕЖЕНИЕ ЗА ПЕРЕМЕЩЕНИЕМ
ПРИМЕНЕНИЕ ДИСТАНЦИОННОЙ БЛОКИРОВКИ ДВИГАТЕЛЯ
УПРАВЛЕНИЕ КОЛЕСАМИ

Определенные координаты автомобиля позволяют Вам:

- 1) отслеживать местонахождение Вашего водителя от заданного маршрута;
- 2) обнаруживать зоны или спешить поведи служебного или строительного транспорта;
- 3) анализировать соблюдение водителями режима эксплуатации техники, включая скоростной режим и проезд, а также контролировать расход топлива

При нештатной ситуации сигнал немедленно отправляется диспетчеру и в специализированные службы. В совокупности с системами видеонаблюдения, это обеспечивает немедленную реакцию на любые события в доме или офисе. При этом нужный комплект датчиков рассчитывается под конкретные условия Вашего заказа – к примеру, нет необходимости в датчике газа для жилища с электрической плитой.

Государственные службы реагируют уже на фазе случившегося происшествия. Наша работа – предотвратить, пожар или разбойное нападение, пока еще еще цена, все заны и зарезы.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ МЕСТА
ДИСТАНЦИОННОЕ УПРАВЛЕНИЕ
ПРИМЕНЕНИЕ ДИСТАНЦИОННОЙ БЛОКИРОВКИ ДВИГАТЕЛЯ
УПРАВЛЕНИЕ КОЛЕСАМИ

Частное Охранное Предприятие «ГРАД»

624078, г. Новоуральск Свердловской обл., Центральный проезд, 4

Тел.: +7 (34370) 2-95-33, 4-54-85, 4-53-96

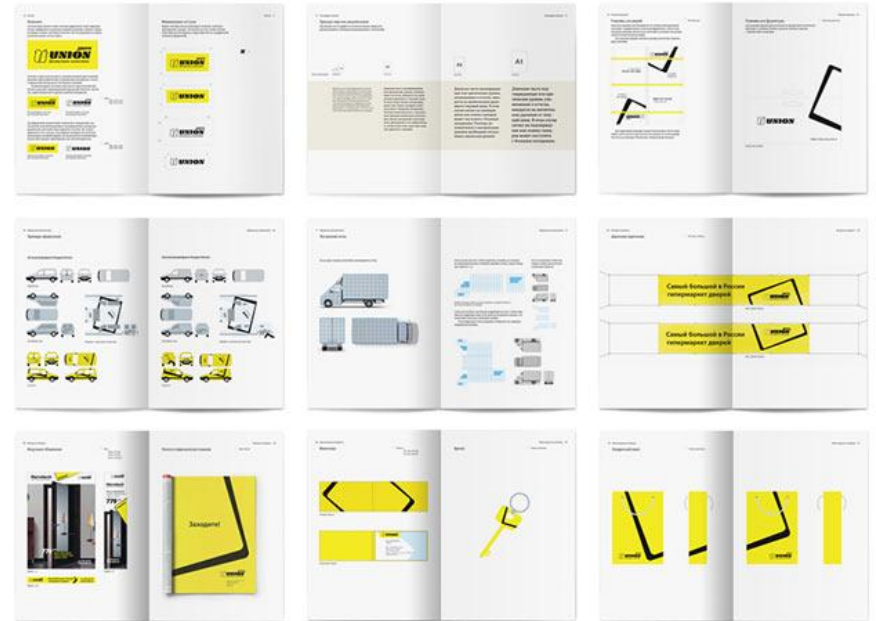
Примеры буклетов



Примеры буклетов



Примеры буклетов



Примеры буклетов



Примеры буклетов



Примеры буклетов



Примеры многостраничных каталогов



Примеры многостраничных каталогов



Примеры многостраничных каталогов



Примеры многостраничных каталогов

