

Требования к рекламным материалам

1. Рекламные материалы должны соответствовать требованиям действующего законодательства Российской Федерации. В частности, ООО «СТА-ПРЕСС» не принимает рекламу, которая:
 - 1.1. использует бранные слова, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальных категорий, возраста, религиозных символов, официальных государственных символов;
 - 1.2. является недобросовестной, недостоверной, вводит потребителя в заблуждение, в том числе: содержит недостоверные сведения о товаре/услуге, не дает четкого представления о том, кто является источником информации, содержащейся в рекламном сообщении;
 - 1.3. побуждает к совершению противоправных действий и/или призывает к насилию и жестокости;
 - 1.4. представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте.
 - 1.5. не соответствует общей тематике журнала.
2. ООО «СТА-ПРЕСС» не принимает рекламу, связанную с трагическими событиями, в частности, объявления, которые содержат в тексте или ключевых фразах слова «теракт, убийство, смерть, гибель, пожар, взрыв...».
3. Текст рекламы должен быть составлен на русском языке.
 - 3.1. Допускается использование в рекламе, наряду с текстом на русском языке, текста на иностранном языке при условии, что данный текст идентичен по своему содержанию тексту на русском языке.
 - 3.2. В случае если сайт, на который ведет ссылка, включенная в рекламу («рекламная ссылка»), составлен на языке, отличающемся от языка рекламного объявления, обязательно наличие информации об этом в тексте рекламы.
4. Возможность размещения рекламы, содержащей указание на стоимостные показатели рекламируемых товаров, работ, услуг, должна быть предварительно согласована с редакцией ООО «СТА-ПРЕСС». Стоимостные показатели должны быть указаны в рублях, и, в случае необходимости, дополнительно в иностранной валюте.
5. Реклама должна соответствовать содержанию той страницы сайта, на которую ведет рекламная ссылка. Например, если реклама содержит информацию о скидке, то рекламная ссылка должна вести на ту страницу сайта рекламодателя, где эта скидка явно указана.
6. Использование в рекламе превосходной степени имен прилагательных и/или сведений о преимуществах рекламируемого товара, работ, услуг перед товарами, работами, услугами иных лиц допускается, если указанная информация подтверждена соответствующими исследованиями (заклЮчениями и т.п.) третьих лиц.
7. Рекламные материалы должны соответствовать следующим Требования к подготовке материалов для печати рекламного блока:
 - 7.1. Типы принимаемых электронных носителей:
Компакт-диски CD-R, CD-RW, DVD-R, DVD-RW
Файлы также могут быть переданы через электронный адрес издательства info@cta.ru или info@soel.ru с обязательным информированием издательства об этом
 - 7.2. Форматы принимаемых файлов:
Adobe Photoshop TIF, Adobe Illustrator EPS или Adobe Acrobat PDF.
 - 7.3. Требования к файлам изображений:
Разрешение изображений должно быть не ниже 300 dpi.
Максимальный суммарный объем красок в изображениях должен составлять не более 300 %.
 - 7.4. Требования к используемым шрифтам:
Принимаемые в работу материалы не должны содержать шрифтов (шрифты должны быть преобразованы в кривые.)
 - 7.5. Требования к элементам макета издания:
Обрезной формат издания 210 x 294 мм.
Размер макета должен строго соответствовать установленному размеру рекламного блока.
Все элементы цельнополосной рекламы, печатаемые в край полосы (под обрез) должны иметь «вылет» за край обрезного формата - 5 мм.

Все значимые элементы цельнополосной рекламы, находящиеся внутри полосы, должны располагаться на расстоянии не менее 5 мм от обрезного формата. При наличии рамок на полосах – расстояние не менее 10 мм от обрезного формата.

Кроме того для цельнополосной рекламы необходимо учесть, что боковая проклейка корешка уменьшает полезную площадь внутренних полос обложки, первой и последней страницы блока примерно на 7-10 мм со стороны корешка.

Толщина линий должна быть не менее 0,25 pt, минимальная толщина негативных линий (выворотки) 1 pt. Не рекомендуется использовать линии с атрибутом Hairline, так как на различных выводных устройствах они выводятся по-разному.

Все изображения должны быть повернуты, отмасштабированы и обрезаны в программе обработки изображения перед заверстыванием их в полосу.

Все цветные полутоновые изображения перед заверстыванием в полосу должны быть сохранены в цветовой модели CMYK в форматах EPS (без JPEG компрессии, Halftone Screen, Transfer Function) или TIFF (без LZW компрессии). Слои в TIFF-файле должны быть склеены (команда в Photoshop "Flatten Image")

Векторные изображения должны быть созданы в Adobe Illustrator и экспортированы в формат EPS. Используемые в них триадные цвета должны быть сохранены как CMYK. Шрифты должны быть преобразованы в кривые. Треппинг в элементах векторной графики должен составлять 0,1-0,5 мм в зависимости от работы.

В файлах не должны быть использованы дополнительные каналы и пути, кроме пути обтравки (Clipping Path) в файле EPS. Все растровые изображения, кроме сохраненных в формате EPS с обтравкой (Clipping Path) должны быть заверстаны в непрозрачные окна.

Мелкий шрифт (до 6 pt) и тонкие линии (до 0,5 pt) должны формироваться без наложения, т.е состоять не более чем из одного триадного цвета.

7.6. Определение цвета:

Т.к. издание печатается только основными триадными цветами (Cyan, Magenta, Yellow, Black) использование плашечных цветов в верстке недопустимо, присутствие в макете неиспользуемых цветов запрещено.

Для определения триадных цветов наиболее близких по цвету к смесевым цветам рекомендуется использовать каталог Pantone Process Color Imaging Guide.

Для получения глубокого черного цвета на черных плашках рекомендуется кроме черной краски использовать полную триаду C80-M60-Y20-K100.

Баланс по серому

света 1/4 тона C25-M19-Y19

средний тон C50-M40-Y40

тени 3/4 тона C75-M64-Y64

7.7. Требования к контрольным материалам:

Уполномоченный заказчик должен сопровождать передаваемые рекламные материалы подписанной распечаткой с указанием даты подписи или передачей по электронной почте preview-файла в виде однослойного растрового файла. Все элементы изображения должны читаться.

Подписанная распечатка и preview-файл не должны содержать редакторской и корректорской правки.

ВНИМАНИЕ!

При отсутствии распечатки или preview-файлов рекламных материалов издательство не несет ответственности за возможные ошибки при выполнении заказа.