

# Технические требования к рекламной информации

---

1. [Определения и термины](#)
  2. [Способ получения учетного номера заказчика и программы «Редакционный АС «Бланк»](#)
  3. [Требования к сдаче рекламных материалов в готовой к размещению форме](#)
  4. [Имена файлов](#)
  5. [Архивирование рекламных материалов](#)
  6. [Требования к модульной рекламе, передаваемой в готовой к размещению форме](#)
  7. [Требования к вклейкам, вложениям, приклейкам, предоставляемым Заказчиком в готовом виде](#)
- 

## 1. ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ТЕРМИНЫ

1.1. Рекламные материалы в электронном виде – набор файлов:

- для модульной рекламы – файлы формата TIFF и специальный файл с перечнем рекламных объявлений и их описанием;
- для строчной рекламы – специальный файл с перечнем рекламных объявлений и их содержанием.

1.2. Учетный номер Заказчика – номер, по которому программное обеспечение Исполнителя однозначно идентифицирует Заказчика. Учетный номер Заказчика устанавливается Исполнителем и не подлежит самовольному изменению Заказчиком.

## 2. СПОСОБ ПОЛУЧЕНИЯ УЧЕТНОГО НОМЕРА ЗАКАЗЧИКА И ПРОГРАММЫ «РЕДАКЦИОННЫЙ АС «БЛАНК»

Для получения Учетного номера Заказчика, Заказчик передает Исполнителю письменную просьбу (за подписью уполномоченного лица и печатью Заказчика) о присвоении данного номера. Исполнитель производит генерацию нового учетного номера и формирует идентификационный файл, предназначенный для программы «Редакционный АС «Бланк». Данный файл передается Заказчику на его носитель информации или в качестве вложения к электронному письму, адресованному Заказчику (для передачи идентификационного файла по электронной почте в просьбе о присвоении учетного номера Заказчик должен указать адрес электронной почты, на который следует передать идентификационный файл). После получения идентификационного файла Заказчик может «скачать» с сайта Исполнителя [файл установки программы «Редакционный АС «Бланк»](#) и установить ее.

## 3. ТРЕБОВАНИЯ К СДАЧЕ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ В ГОТОВОЙ К РАЗМЕЩЕНИЮ ФОРМЕ

3.1. Предоставление Исполнителю рекламных материалов производится в электронном виде. Формирование файлов с рекламными материалами осуществляется программой «Редакционный АС «Бланк». При формировании модульных рекламных материалов, в программе «Редакционный АС «Бланк» в обязательном порядке должен быть включен режим проверки графических файлов на соответствие размерам рекламных модулей. Все замены, переносы, снятия рекламных

материалов принимаются только в электронном виде. При неоднократной замене/перестановке в течение одного рабочего дня, необходимо предоставлять письменное подтверждение очередности замен/перестановок.

**3.2.** Файлы с рекламными материалами должны сопровождаться Актом приема-сдачи рекламных объявлений (который является заказом на размещение рекламных материалов) и, для модульной рекламы, приложением к акту со списком рекламных объявлений. Для строчной рекламы, приложение к акту не обязательно. Акт приема-сдачи рекламных объявлений и приложение к акту предоставляются Заказчиком Исполнителю в двух экземплярах на бумажном носителе за подписью уполномоченного лица Заказчика.

**3.3.** При сдаче модульных рекламных материалов в электронном виде **обязательно** заполнить поле «Краткое содержание». Текст должен отражать суть того, что содержится в модуле (например, наименование товаров, услуг, торговых марок). Запрещается использовать названия фирм, телефоны, имена файлов, в также слова и словосочетания, идентифицирующие макет, но не отражающие сути предложения рекламодателя.

**3.4.** Заказчик может передавать Исполнителю рекламные материалы:

**3.4.1.** On-line через сайт «Кабинет рекламодателя»(<http://cabinet.d-mir.ru/OnlineBlank>). Для доступа к сайту Заказчик получает у Исполнителя персональные «Логин» и «Пароль».

**3.4.2.** Через FTP-сервер Исполнителя или по электронной почте на ящик [priemka@d-mir.ru](mailto:priemka@d-mir.ru) . Для передачи рекламных материалов через FTP-сервер Исполнителя, для Заказчика на сервере создается личная папка, с именованным паролем доступом. Заказчик переписывает в данную папку подготовленные рекламные материалы в электронном виде или пересылает их на почту [priemka@d-mir.ru](mailto:priemka@d-mir.ru), после этого звонит Исполнителю по тел./факсу: (495) 980-6137 с просьбой принять переданные рекламные материалы и принять по факсу Акт приема-сдачи рекламных объявлений и, для модульной рекламы, приложение к акту со списком рекламных объявлений. Без звонка с просьбой принять рекламные материалы и получения Исполнителем по факсу Акта приема-сдачи рекламных объявлений и приложения к акту, рекламные материалы приниматься не будут. **ВНИМАНИЕ! На FTP, в папке агентства, должны быть только те файлы, которые необходимы для размещения рекламных материалов! Агентство должно самостоятельно следить за содержимым папки. Каждое воскресенье автоматически происходит полная очистка содержимого папок агентства.**

**3.4.3.** Курьером, на носителях (USB-накопители, CD-DVD-диски, а также любые другие, предварительно оговоренные носители). Для повышения надежности передачи рекламных материалов, носители должны быть предоставлены в двух экземплярах. **ВНИМАНИЕ! На носителе должны быть только те файлы, которые необходимы для размещения рекламных материалов!**

#### 4. ИМЕНА ФАЙЛОВ

**4.1.** В именах файлов могут использоваться только латинские буквы a-z и цифры 0–9.

**4.2.** Для разделения слов и знаков должен использоваться знак подчеркивания «\_». Использование других знаков не допускается.

**4.3.** Имя файла не должно превышать 20 символов.

**4.4.** Все имена графических файлов, сдаваемых Заказчиком в текущий и (или) последующие номера издания в период приема текущего номера издания, **должны быть уникальными**, т. е. неповторяющимися (например, при приеме рекламы в сдвоенные номера издания). Данное условие уникальности имен графических файлов должно соблюдаться независимо от того, сколько раз и в какое время Заказчик передавал рекламную информацию (подгрузки) в период приема текущего (сдвоенного, строенного и т. д.) номера издания.

**4.5.** Разворот должен быть представлен в виде двух файлов (отдельно левая страница, отдельно – правая) с уникальными именами.

## 5. АРХИВИРОВАНИЕ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ

**5.1.** Сжатие файлов допускается только архиваторами ZIP, RAR.

**5.2. Недопустимо** применение других архиваторов и саморазворачивающихся архивов.

## 6. ТРЕБОВАНИЯ К МОДУЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ, ПЕРЕДАВАЕМОЙ В ГОТОВОЙ К РАЗМЕЩЕНИЮ ФОРМЕ

### 6.1. Требования к файлам с модульной рекламой:

**6.1.1.** В производство принимаются макеты в формате TIFF с разрешением 300 dpi, глубиной цвета (Bit Depth) 8 Bits/Channel (кроме цветовой модели B/W), сохраненные для платформы IBM PC.

**6.1.2.** Цветовые модели TIFF-файлов: **CMYK, Grayscale, B/W.**

**6.1.3.** TIFF-файлы **не должны содержать** дополнительных каналов (alpha-channels), путей (paths), слоев (layers), дополнительных красок (spots), ICC-профилей

### 6.2. Требования к исполнению модульной рекламы для обложек и вклеек журнала

**6.2.1.** Минимальный допустимый размер используемого шрифта — 5 pt.

**6.2.2.** При печати текста «вывороткой» по однокрасочному фону размер шрифта должен быть не менее 6 pt, по изображениям, состоящим из двух и более красок, — не менее 9 pt.

**6.2.3.** Минимальная толщина линий — 0,25 pt (1 pt = 0,35 мм), минимальная толщина негативных линий (выворотки) — 1 pt. Не рекомендуется использовать линии с атрибутом Hairline.

**6.2.4.** Мелкий шрифт до 9 pt и тонкие линии до 1 pt должны быть выполнены в одну краску.

**6.2.5.** В программах векторной графики (CorelDRAW, Adobe Illustrator, FreeHand) рекомендуется мелким черным элементам (мелкий шрифт, тонкие линии (п. 7.2.4 настоящего Приложения)) задавать атрибут Black Overprint.

**6.2.6.** Для дообрезных форматов рекомендуется все значимые элементы макета располагать на расстоянии не менее 10 мм от обрезного формата.

**6.2.7.** При расположении макета на развороте избегайте расположения близко к корешку сложного и (или) значимого иллюстрационного или текстового материала, а также других элементов дизайна. Слова, логотипы и иные значимые элементы дизайна не должны делиться корешком и располагаться на стыке страниц. Отдельные буквы не должны попадать в корешок. При разработке макета необходимо учитывать, что элементы, разбиваемые корешком, могут не совпасть при фальцовке и брошюровке (допуск ±3мм).

### 6.3. Требования к исполнению модульной рекламы для блока журнала.

6.3.1. Минимальный допустимый размер используемого шрифта — 6 pt.

6.3.2. При печати текста «вывороткой» по однокрасочному фону размер шрифта должен быть не менее 12 pt, по изображениям, состоящим из двух и более красок, — не менее 14 pt.

6.3.3. Минимальная толщина линий — 0,5 pt, минимальная толщина негативных линий (выворотки) — 1,5 pt.

6.3.4. Мелкий шрифт до 12 pt и тонкие линии до 1,5 pt должны быть выполнены в одну краску.

6.3.5. В программах векторной графики (CorelDRAW, Adobe Illustrator, FreeHand) рекомендуется мелким черным элементам (мелкий шрифт, тонкие линии (п. 7.3.4 настоящего Приложения)) задавать атрибут Black Overprint.

### 6.4. Определение цвета (модель CMYK) при исполнении модульной рекламы.

6.4.1. Параметры цветоделения:

	Имя файла профиля	Базовый стандарт	Total ink	Max black (%)
Обложки, вклейки	ISOcoated_v2_eci.icc	FOGRA39	330	95
Блок	SOnewspaper26v4_gr.icc	IFRA 26	240	95

6.4.2. Для получения глубокого черного цвета на черных плашках (не содержащих выворотных элементов, например, светлого текста или светлых тонких линий) рекомендуется кроме черной краски использовать полную триаду CMYK (например, C30 M20 Y20 K100), в случае использования одной черной краски C0-M0-Y0-K100 может возникнуть эффект «выщипывания».

6.4.3. В областях или элементах сплошного черного цвета (содержащих выворотные элементы) необходимо добавлять 60% Cyan. Для цветных плашек, содержащих выворотные элементы, не рекомендуется заливка более чем в две краски.

6.4.4. Для обеспечения ровного цвета (не чёрного) в больших областях, лучше использовать цвета

Издание	Формат вложения	
	Мин., мм	Макс., мм
«СПРАВОЧНИК РАБОТА & ЗАРПЛАТА. ВАКАНСИИ. ОБУЧЕНИЕ. КАРЬЕРА»	140×75	180×265

только в две краски. При использовании более 2 красок при печати может возникнуть разнооттеночность.

## 7. ТРЕБОВАНИЯ К ВЛОЖЕНИЯМ, ПРИКЛЕЙКАМ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫМ ЗАКАЗЧИКОМ В ГОТОВОМ ВИДЕ. ВАРИАНТЫ РАЗМЕЩЕНИЯ ВКЛЕЕК В ЖУРНАЛАХ

### 7.1. Вложения в издания и поэкземплярная упаковка.

**7.1.1.** Не менее чем за две недели до даты окончания срока приема рекламы на вложения Заказчик обязан предоставить Исполнителю не менее 40 экз. для тестирования. В случае отрицательного результата тестирования заказ на размещение данной рекламы не принимается.

**7.2. Допустимые форматы вложений.**

7.3. Вложения должны быть тщательно упакованы без смещения и деформации фальцев и краев продукции. На каждой пачке должен быть талон с указанием наименования вложения, количества в пачке, в какой журнал и в какой номер предназначено данное вложение. Количество экземпляров в каждой пачке должно быть одинаковое.

**7.4. Технические параметры вложений, срок передачи и адрес доставки согласовываются в каждом конкретном случае.**

**7.5. Варианты размещения вклеек в журналах:**

Допустимое количество полос в одной вклейке на бумаге 115-200 г/м2	2, 4
Допустимое количество полос в одной вклейке на бумаге до 100 г/м2	2, 4, 6, 8, 10, 12, 14, 16, 32
Расположение вклеек	а) между обложкой и блоком; б) в начале блока — между 16 и 17 полосами; в) внутри блока с шагом 16 полос в) в конце блока — количество полос блока за минусом 16.
Максимальное количество вклеек в номер	а) 2-х полосных вклеек: 6 шт. формата А5 или 8 шт. формата А4 б) 4-х полосных вклеек: 6 шт. в) более 4-х полос — 2 шт.

**7.5.1.** Отступление от указанных условий может привести к таким дефектам, как раскол блока журнала и выпадение страниц. Вклейки в одном номере могут быть изготовлены на разных бумагах.

**ВНИМАНИЕ!** Некачественные вложения и приклейки, а также имеющие существенные повреждения в процессе транспортировки (выборочный контроль осуществляется при приемке вложений и приклеек) не принимаются.

**8.** В связи с автоматической версткой печатных Изданий модули, не соответствующие размерам, указанным на сайте [rabotamedia.ru](http://rabotamedia.ru), автоматически приводятся под размеры, соответствующие заявленному Заказчиком тарифу.