

WARUNKI TECHNICZNE

zamieszczania reklam w publikacjach Wydawnictwa MURATOR w 2007 roku.

Reklamy gotowe dostarczane do Wydawnictwa

I. Przygotowanie pliku

I. Formaty plików

Nie przyjmujemy prac zapisanych lub generowanych przez COREL DRAW!

Grafika wektorowa: format plików EPS – wszystkie fonty użyte w pracy muszą być zamienione na krzywe.

Grafika rastrowa: format EPS, TIFF, JPEG (maksymalna utrata jakości do 20%).

Skład: InDesign CS (nie CS2) na Macintosh'a (plik należy skolektować z wszystkimi użytymi grafikami i fontami); QuarkXPress 3.32, 4.x na Macintosh'a (należy dołączyć wszystkie wykorzystane fonty – muszą być w formacie Type 1).

Model kolorów: wymagane kolory procesowe CMYK.

W przypadku dostarczenia pracy w RGB lub użycia kolorów PANTONE zostanie przeprowadzona separacja według tablic przestrzeni barwnej CMYK. Kolory napewno ulegną zmianie.

Pod obszarami czarnej apli należy koniecznie podłożyć 40% Cyanu.

Rozdzielczość: lineart (kreska) 600 dpi, grayscale i CMYK 300 dpi.

Rozmiary plików: max. rozmiar pracy całostronicowej – 40 MB.

2. Spady

Do reklam całostronicowych (na spad) należy dodać po 5 mm spadu.

Wszystkie elementy graficzne i tekstowe muszą być odsunięte od linięcia o min. 8 mm.

Pierwsza otwierająca strona w Architekturne – elementy graficzne i tekstowe muszą być odsunięte od linięcia o min. 10 mm

3. Teksty

Teksty w kontrze lub na apli, o stopniu pisma poniżej 10 pkt., należy składać krojem jednoelementowym, nie mniejszym niż 8 pkt. Składowe czarnych tekstów muszą wynosić: C=0%, M=0%, Y=0%, K=100%. W przeciwnym razie tekst będzie niespasowany. Czarne teksty na tle tint, ilustracji półtonowych, apli, muszą być zawsze nadrukowywane (overprint).

4. Linie

Grubość linii dla oryginałów kreskowych: jednokolorowych na białym tle – min. 0,25 pkt, w kontrze – min. 0,5 pkt, czterokolorowych – min. 0,8 pkt

5. Format stron rozkładowych

2 x szerokość formatu strony 1/1, dla każdego z powyższych tytułów. Strony należy przygotowywać oddzielnie w formie dwóch plików.

6. Przy projektowaniu reklam na rozkładowki należy uwzględnić rodzaj oprawy danego tytułu. Przy grzbietach klejonych frez min. 5 mm, przy grzbietach szytych – bez frezu. Prosimy o zwrócenie szczególnej uwagi przy projektowaniu reklam na rozkładowki: okładka + pierwsza strona otwierająca oraz rozkładowki z tzw. obrazem przechodzącym (prosimy przygotować wg schematu dostarczonego przez Konsultanta Biura Reklam).

Powyższy schemat nie stanowi gwarancji całkowitego „zejścia się obrazu w grzbiecie”. Jest tylko próbą niwelowania zjawiska zanikania obrazu w grzbiecie przy oprawie klejonej wynikające z faktu niecałkowitego otwarcia egzemplarza.

II. Nazewnictwo:

Plik należy czytelnie nazwać np. plik z reklamą xxx do Muratora 3/2007 należy nazwać: mur03_2007_xxx, nie przyjmowane są pliki z reklamami o nazwach nieczytelnych, nie wskazujących na pismo, w którym reklama powinna się ukazać.

III. Dostarczenie pliku z reklamą

I. Akceptowane nośniki danych

Płyty CD, DVD, Bardzo prosimy o czytelny i dokładny opis tego, co znajduje się na danym nośniku.

Nie przyjmujemy reklam na kliszach.

2. Internet: e-mail: produkcja@murator.com.pl

Przy przesyłaniu materiałów e-mailem prosimy przestrzegać wytycznych dotyczących formatów. Plik należy skompresować za pomocą programów: Stuff-It, ARJ, RAR, ZIP, Disk Doubler lub skorzystać z wewnętrznych metod kompresji (JPEG, LZW, itp.) **Maksymalna pojemność skrzynki pocztowej wynosi 5 MB.**

3. Serwer plików: ftp.murator.com.pl/produkcja/wrzucaj

użytkownik: ftp, hasło: murator@

Uwaga! Z tej teczki pobieramy i przechowujemy wyłącznie materiały reklamowe i reklamy

Na ftp prosimy wrzucać pliki, których rozmiar przekracza 5 MB. Nazwy plików nie mogą zawierać polskich liter ani żadnych znaków specjalnych. Prosimy nie tworzyć katalogów. Sugerowane nazewnictwo wg rozdziału II Do wszystkich plików z reklamami wysyłanych e-mailem bądź ftp-em należy zrobić plik poglądowy z paserami (sposób ustawienia reklamy na stronie) w formacie jpg bądź pdf i wysłać go na adres: ftp_reklama@murator.com.pl wraz z opisem do jakiego tytułu przeznaczona jest reklama, jaka emisja (np. Zdrowie 2/2007) oraz kontakt – imię, nazwisko, nr telefonu do osoby odpowiedzialnej za reklamę w razie problemów z plikiem.

4. Wydruki

Do nośnika lub pliku wysłanego elektronicznie należy koniecznie dołączyć/dostać wydruk na którym prosimy czytelnie zapisać nazwę pliku (np. mur02_2007_xxx) i adres z jakiego plik został wysłany. Wydruk całego projektu należy wykonać w skali 1:1. **W przypadku wysyłania reklamy e-mailem bądź ftp-em koniecznie należy wysłać plik poglądowy LUB wydruk.**

W przypadku nie dostosowania się do powyższych ustaleń: zła nazwa pliku, nie dostarczenie pliku poglądowego lub wydruku – NIE UWZGLĘDNIAMY REKLAMACJI.

Wydawnictwo dołoży wszelkich starań, aby w druku uzyskać kolor jak najbardziej zbliżony do próby kolorystycznej klienta, pod warunkiem, że będzie ona zgodna z profilem Wydawnictwa Murator, który jest skalibrowany z maszyną drukującą.

Uwaga!

Reklamy gotowe, dostarczone po terminie dostarczania materiałów reklamowych określonym w harmonogramie nie podlegają reklamacji.

Reklamacje dotyczące koloru wydrukowanej reklamy rozpartywane są wyłącznie wtedy, gdy do gotowej reklamy był dostarczony proof cyfrowy wykonany wg standardów Wydawnictwa Murator.

Na wcześniej zgłoszone życzenie klienta Wydawnictwa Murator wykona proof cyfrowy.

Wydawnictwo MURATOR nie ponosi odpowiedzialności za nieprawidłowo przygotowane pliki oraz informuje o możliwości wystąpienia różnic w kolorach względem prób kolorystycznych

W przypadku wątpliwości dział Produkcji Wydawnictwa Murator służy radą i pomocą: 022 59 05 341, 59 05 118, 59 05 237.

WARUNKI TECHNICZNE

nr

zamieszczania reklam w publikacjach Wydawnictwa MURATOR w 2007 roku.

Materiały dostarczane do Wydawnictwa w celu wykonania reklamy

1. Tekst

Tekst w formie elektronicznej na nośniku lub e-mailem bądź w postaci maszynopisu czy rękopisu (czytelny z zaznaczonymi wyróżnieniami). W przypadku dostarczenia materiału w formie elektronicznej obowiązują formaty plików: ASCII, MacWrite, MS Word 6.0.

2. Znak firmy (LOGO)

Logo w formie elektronicznej na nośniku lub e-mailem (platforma Macintosh z fontami zamienionymi na krzywe, kolory w CMYK) bądź wydruku na papierze (papier firmowy, wizytówka – z opisem kolorów w CMYK i nazwą użytego fontu).

3. Materiał ilustracyjny

Materiał ilustracyjny w formie:

- diapozytywów (odpowiednio kolorowe lub czarno-białe),
- odbitek na papierze fotograficznym (papier błyszczący),
- wydruków z folderów lub odręcznych rysunków i grafik.

Nie przyjmujemy negatywów.

4. Oryginały powinny:

- być czyste, bez zagnieceń, ubytków i innych uszkodzeń,
- mieć dobrą ostrość,
- być dobrze naświetlone (diapozytywy).

5. Materiały wykonane odręcznie (rysunki, grafiki itp.)

Powinny być wykonane na podłożu elastycznym, o niewidocznej fakturze, tak aby nie uległa ona zreprodukowaniu.

6. Wymiary

- maksymalny wymiar oryginałów na podłożu elastycznym – 450 x 450 mm,
- maksymalny wymiar oryginałów na sztywnym podłożu (np. karton) – 210 x 297 mm

UWAGI:

Maksymalny format insertów powinien być mniejszy od formatu strony 1/1 o 10 mm, z każdej strony dla każdego z powyższych tytułów.

Jeżeli w umowie nie postanowiono inaczej, Zamawiający zobowiązany jest dostarczyć do Działu Produkcji Wydawnictwa (03-812 Warszawa, ul. Kamionkowska 45) gotowy materiał reklamowy przygotowany zgodnie z „Warunkami technicznymi” dotyczącymi danej publikacji Wydawnictwa, w terminie w nich określonym, na swój koszt. Materiały reklamowe przyjmowane są w dni robocze, w godzinach od 9.00 do 20.00.

Wydawnictwo Murator nie ponosi odpowiedzialności za jakość opublikowania materiałów reklamowych przysłanych po terminie.

Odpowiednie „Warunki techniczne” dostępne są w Biurze Reklamy Wydawnictwa przy ul. Kamionkowskiej 45 w Warszawie. Zamawiający może zlecić zamieszczenie reklamy tylko w wielkości zgodnej z formatem odpowiednim dla danej publikacji Wydawnictwa.

W przypadku zamówienia wielokrotnego zamieszczania reklamy, Wydawnictwo opublikuje ostatnio dostarczony materiał reklamowy. Zamawiający zobowiązany jest do pisemnego zawiadomienia Wydawnictwa o zamiarze dokonania jakichkolwiek zmian w projekcie reklamy w terminie dostarczenia materiałów reklamowych określonym w harmonogramie.

7. Powiększenie oryginału

- **slajdy** – powiększenie nie powinno przekraczać 1000% (Wydawnictwo MURATOR ma możliwość powiększenia oryginału do 3000%; należy się jednak liczyć z dużą utratą jakości)
- **odbitki, materiały uprzednio drukowane (np. ulotki, foldery itp.)** – reprodukcja 100% (bez powiększenia)

8. Zlecenia specjalne

Oryginały poddawane specjalnej obróbce (retusz, montaż trikowy) muszą być jasno i precyzyjnie opisane.

9. Autoryzacja

Reklama wykonana przez Wydawnictwo murator zostanie przesłana do autoryzacji e-mailem bądź faksem. W ciągu 3 dni od dostarczenia reklamy przez WM do autoryzacji należy zgłosić pisemne zastrzeżenia bądź przesłać akceptację projektu. Niezgłoszenie pisemnych zastrzeżeń przez Zamawiającego w terminie 3 dni od dostarczenia przez Wydawnictwo MURATOR projektu reklamy uznawane będzie za bezwarunkową akceptację projektu.

W przypadku niedotrzymania terminu nadesłania materiałów do wytworzenia reklamy Wydawnictwo MURATOR nie zobowiązuje się do przedstawienia wykonanej przez siebie reklamy do autoryzacji.

Reklamy przygotowane przez Wydawnictwo MURATOR z materiałów przysłanych przez klienta po terminie określonym w harmonogramie nie podlegają reklamacji.

We wszystkich publikacjach ogólnopolskich za wykonanie projektu reklamy (łącznie ze skanowaniem materiału ilustracyjnego i znaków graficznych wraz z ich obróbką, korektą, przygotowaniem reklamy do druku, wykonaniem odbitek kolorystycznych) Wydawnictwo pobiera 10% cennikowej wartości wykupionej powierzchni reklamowej, ale nie mniej niż 100 zł (netto), bez prawa przedruku projektu reklamy.

Jeżeli dostarczony przez Zamawiającego materiał reklamowy (oryginał, w tym nośnik) ma być zwrócony po wykorzystaniu, Zamawiający musi zastrzec to w umowie. W wypadku złożenia tego zastrzeżenia, zwrot nastąpi bezzwłocznie po upływie terminu dochodzenia roszczeń z tytułu ewentualnych wad opublikowanego materiału. W innych przypadkach materiał nie zostanie zwrócony przez Wydawnictwo. Wydawnictwo zastrzega sobie prawo do oznaczania reklam (wykupionych stron lub ich części) np. napisem REKLAMA. Wydawnictwo zobowiązuje się do przygotowania publikacji o najwyższej – osiągalnej przez niego – jakości poligraficznej.

Wydawnictwo nie odpowiada za treść opublikowanych reklam.

Klient zapewnia, że przysyłając materiał reklamowy nie narusza niczyich praw do znaków towarowych, nazw handlowych, tajemnic przedsiębiorstwa, praw do dystrybucji lub praw wydawniczych, nie narusza również czyichkolwiek praw autorskich lub wydawniczych, a w szczególności, że dostarczając tekst i materiał ilustracyjny (rysunki, fotografie etc.) dysponuje zgodą twórcy na rozporządzenie jego utworem w zakresie niezbędnym do realizacji umowy. Postanowienia powyższe odpowiednio stosuje się to do użycia wizerunku w dostarczonym materiale reklamowym.

Bardzo prosimy o przestrzeganie zasad przygotowania i przesyłania plików do Wydawnictwa, w razie kłopotów prosimy o kontakt telefoniczny: **022 59 05 118, 59 05 237, 59 05 341**

WARUNKI TECHNICZNE

zamieszczania reklam w publikacjach Wydawnictwa MURATOR w 2007 roku.

Formaty reklam (netto – po obcięciu). Do reklam na spad należy dodać po 5 mm spad z każdej strony.

I. „Murator”

	szer. (mm)	wys. (mm)
1/1 na spad	203	275
1/1 kreda na spad	198	275
1/2 pion na spad	100	275
1/2 poziomy	176	116
1/2 pion	85	237
1/4 pion	85	116
1/4 poziomy	176	55
1/8 poziomy	85	55
junior page na spad	131	177

2. Dodatki regionalne do miesięcznika „Murator”

	szer. (mm)	wys. (mm)
1/1 na spad	203	275
1/1 kreda na spad	198	275
1/2 poziomy lustro strony	176	116
1/2 pion lustro strony	85	237
1/4 pion lustro strony	85	116
1/4 poziomy lustro strony	176	55
1/8 poziomy lustro strony	85	55

3. „M jak mieszkanie”

	szer. (mm)	wys. (mm)
1/1 na spad	210	280
1/2 pion na spad	103	280
1/2 poziomy na spad	210	138
1/3 pion na spad	72	280
1/4 pion na spad	102,5	138
1/4 poziomy na spad	210	70

4. „Dobre Wnętrze”

	szer. (mm)	wys. (mm)
1/1 na spad	230	295
1/2 pion na spad	110	295
1/2 poziomy na spad	230	125
1/3 wyłącznie w pionie w części redakcyjnej na spad	79	295
2/3 przy stopce na spad	145	295
1 moduł	60	60
1 wizytówka	60	17

5. „Zbuduj dom”

	szer. (mm)	wys. (mm)
1/1 na spad	210	278
1/2 poziomy na spad	210	139
1/2 poziomy w lustrze	183	122
1/2 pion na spad	101	278
1/2 pion w lustrze	87	241
1/4 pion w lustrze	89,5	126
1/4 poziomy w lustrze	183	52,5
1/4 poziomy na spad	210	69,5
junior page na spad	150	195

6. Numery Specjalne „Muratora”

	szer. (mm)	wys. (mm)
1/1 na spad	203	275
1/1 lustro strony	174	230
1/2 pion lustro strony	84	230
1/2 poziomy lustro strony	174	112
1/4 poziomy lustro strony	174	53,7
1/4 pion lustro strony	84	112

7. „Podróże”

	szer. (mm)	wys. (mm)
1/1 na spad	180	232
1/3 pion na spad	53,5	232
1/3 poziomy na spad	180	94
1/2 pion na spad	85,5	232
1/2 poziomy na spad	180	112
1/4 poziomy na spad	180	65
1/6 poziomy na spad	180	40
2/3 pion na spad	117,5	232
junior page	117,5	156
1 moduł – wizytówka	49	49

8. „Podróże polecają”

	szer. (mm)	wys. (mm)
1/1 na spad	187	270
1/2 poziomy	156	117
1/2 pion na spad	90	270
1/4 poziomy	156	56
1/8 poziomy	156	28

9. „Katalog odzieży i sprzętu turystycznego”

	szer. (mm)	wys. (mm)
1/1 na spad	201	275
1/2 poziomy na spad	201	135
1/4 poziomy na spad	201	67

10. „ARCHITEKTURA-murator”

	szer. (mm)	wys. (mm)
1/1 na spad	230	310
1/1 kreda	220	310
1/2 pion na spad	115	310
1/2 poziomy na spad	230	155

11. „Dobry Wybór”

	szer. (mm)	wys. (mm)
1/1 na spad	230	295
2/3 strony na spad	230	184
1/2 poziomy na spad	230	141
1/2 pion na spad	114	295
1/3 poziomy na spad	230	97
1/3 pion na spad	80	295

WARUNKI TECHNICZNE

nr

zamieszczania reklam w publikacjach Wydawnictwa MURATOR w 2007 roku.

Formaty reklam (netto – po obcięciu). Do reklam na spad należy dodać po 5 mm spad z każdej strony.

12. „Żagle”

	szer. (mm)	wys. (mm)
1/1 na spad	230	295
1/2 poziom na spad	230	144
1/3 pion na spad	81	295
1/4 poziom na spad	230	70
junior page	145	203
1 moduł – wizytówka	63	15

13. „What Where When” POLAND – mapa

	szer. (mm)	wys. (mm)
belka sponsorska (5 mm spad – góra)	500	15
1 moduł – front mapy	35	35
2 moduły – front mapy	35	60
okładka mapy	160	108
1 moduł	160	108
1/2 modułu	76	108
1/4 modułu	76	50
1/8 modułu	35	50

14. „MURATOR Projekty Domów”

	szer. (mm)	wys. (mm)
1/1 na spad	230	300
1/2 strony poziom na spad	230	146
1/2 strony poziom w lustrze	210	134
1/2 strony pion na spad	111	300
1/2 strony pion w lustrze	101	276
1/4 strony pion w lustrze	101	134
1/4 strony pion na spad	111	146

15. „Zdrowie”

	szer. (mm)	wys. (mm)
1/1 na spad	180	232
1/2 pion na spad	87	232
1/2 poziom na spad	180	113
1/3 pion na spad	60	232
1/3 poziom na spad	180	74
1/4 pion na spad	87	113
junior page	111	164
moduł 3x2	115	99
moduł 2x3	80	150
moduł 4x1	157	47
1 moduł – informator w pigułce	38	47

16. „M jak mama”

	szer. (mm)	wys. (mm)
1/1 na spad	210	280
1/2 pion na spad	103	280
1/2 poziom na spad	210	138
1/3 pion na spad	72	280
1/4 pion na spad	102,5	138
1/4 poziom na spad	210	70
moduł	57	59
junior page	134	207

**17. „Szlaki wodne 2006”
„Jachty żaglowe i motorowe 2006”**

	szer. (mm)	wys. (mm)
1/1 na spad	230	295
1/2 poziom na spad	230	147
1/4 poziom na spad	230	74

18. „INFORMATOR ROLNICZY-murator”

	szer. (mm)	wys. (mm)
1/1 na spad	187	275

**19. „INFORMATOR BUDOWLANY-murator”
„INFORMATOR INSTALACYJNY-murator”**

	szer. (mm)	wys. (mm)
1/1 na spad	187	275
1/2 pion	76	249
1/2 poziom	163	120

**21. „Urządzamy dom i mieszkanie”,
„Wnętrza komercyjne”**

	szer. (mm)	wys. (mm)
1/1 na spad	230	295

22. „INWESTYCJE BUDOWLANE”

	szer. (mm)	wys. (mm)
1/1 na spad	230	295

23. „Dziecko, zakupy i my”

	szer. (mm)	wys. (mm)
1/1 na spad	203	275

Formaty reklam na stronach redakcyjnych

1/2 poziom na spad	203	137,5
1/3 poziom na spad	203	92
1/4 poziom na spad	203	69
2/3 pion na spad	128	275
1/3 pion na spad	69	275

Formaty reklam na stronach prezentacji

1/2 poziom lustro strony	179	121
1/4 pion lustro strony	90	121
1/4 poziom lustro strony	179	61

Materiały reklamowe należy dostarczać do Działu Produkcji Wydawnictwa MURATOR

03-812 Warszawa, ul. Kamionkowska 45, tel. 022 59 05 118, fax 022 59 05 385; e-mail: produkcja@murator.com.pl

ftp.murator.com.pl, użytkownik: ftp; hasło: murator@