

ТОГОУ СПО Аграрно-технологический техникум.

Вообще люди, мало знающие, много говорят, а те, которые много знают, говорят мало.

(Жан Жак Руссо)

Что такое буклет?

Автор: Аксёнов Иван.

Руководитель: Ненашева Я. С.

Гипотеза

Если Вы планируете разместить рекламу в местах сосредоточения вашей целевой аудитории (выставки, симпозиумы, конференции, концерты, шоу), то буклет будет самым оптимальным выбором.

Цель

описание особенностей и этапов подготовки к печати буклета

Задача

создать буклет

Буклет

Буклет (фр. Bouclette - завитушка) – это рекламное информационное издание, отпечатанное на одном листе, сложенное любым способом в один или несколько раз. Буклет является очень эффективным рекламным средством. Внешне буклет очень похож на книгу. Именно эта «книжная» форма и заключает в себе те возможности, которыми при умелом создании обладает буклет.



примеры схем сложения буклетов

Буклет

Буклеты являются очень важным инструментом продвижения компании или товара на рынке. Недорогие и компактные они отлично подходят для распространения и информирования в офисах, на презентациях, выставках, в местах проведения рекламных компаний. Буклет позволяет подать информацию более удобно, полно и в тоже время недорого.



Буклет.

Выделяют следующие виды буклетов:

- с одним сгибом формата А6, А5, А4, А3;
- с двумя сгибами форматов А5, А4, А3, а также листов 630*297 мм;
- с тремя сгибами формата А3, А2, А1;
- с четырьмя сгибами формата А3, А2;

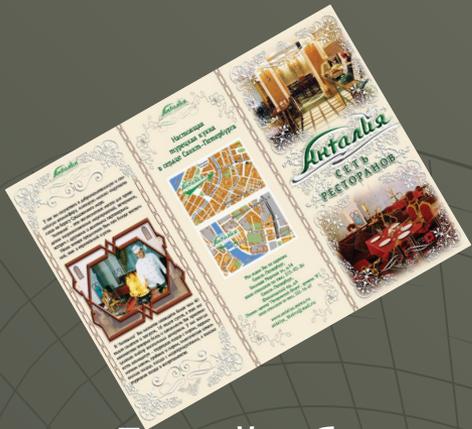


Дизайн буклета

Буклеты бывают информационными, имиджевыми, для почтовой рассылки и т. д. И, конечно, в зависимости от этих целей исполнение и дизайн тоже должно быть различным.

Информационный буклет	должен содержать как можно больше информации о товаре или услуге, необходимой покупателю. И в то же время дизайн буклета не должен быть перегружен текстовой составляющей, иначе его просто не будут читать. Информация должна быть представлена лаконично и предельно ясно. Иллюстрации и таблицы должны быть к месту и органично дополнять текст.
Имиджевый буклет	компания рассказывает о себе, своих достижениях, кратко иллюстрирует свою продукцию, доносит до читателя свои уникальные преимущества, перспективы роста и т. д. Требования к дизайну имиджевого буклета также очень высоки. Имиджевый буклет - лицо компании. Дизайн буклета, должен всячески подчёркивать достоинство и солидность компании как партнёра.
Буклет для почтовой рассылки	должен содержать элементы, формирующие импульсный интерес, заставляющий прочесть или рассмотреть главную информационную составляющую

Дизайн буклета



Дизайн буклета учитывает, что каждая полоса буклета несет законченный блок информации, и объединяются все эти блоки единым стилем оформления.

Большинство рекламных буклетов содержат в себе три составляющие:

- визуальный ряд,
- информационный блок,
- описывающий продукцию, и необходимую контактную информацию.

Для разработки буклета в общем случае необходимы следующие элементы: логотип, контактная информация, графические материалы (слайды, фото, клипарты) и текстовая информация. Информационные блоки могут содержать как текстовую, так и графическую информацию - фотографии, рисунки, схемы и пр.

Этапы изготовления буклетов

Создание буклета представляет собой сложный творческий процесс, затрагивающий несколько профессий. На этапе работы с клиентом, менеджер определяет основные цели буклета, стилистику, формат, логическую схему буклета. На следующем этапе дизайнер-верстальщик разрабатывает несколько вариантов буклета - как правило в разной цветовой гамме, с использованием различных фотоматериалов заказчика. После согласования окончательного варианта, макет будущего буклета отправляется в допечатную подготовку, на этапе которой выверяется цветовая схема для печати. И, наконец, на завершающем этапе, проходит сам процесс печати, где важное значение принимает качество бумаги и класс печатной машины.

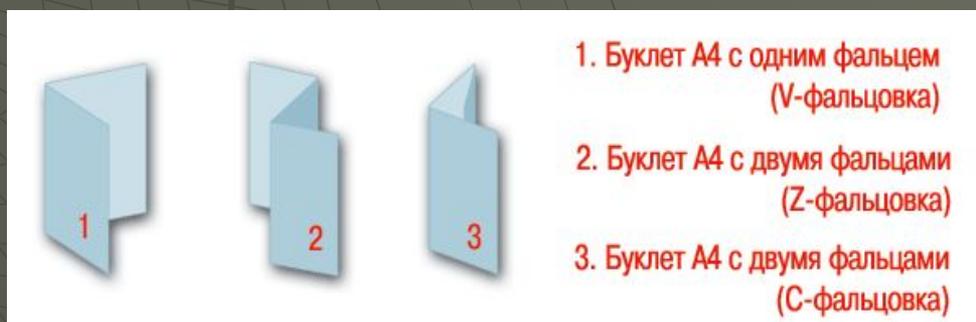
Этапы изготовления буклетов

Послепечатная обработка - это фальцовка, биговка, лакировка, вырубка, тиснение. Последний штрих для придания изделию нужного вида и лоска. Кроме того, буклет может иметь различные размеры и формы, настоящий Клондайк для дизайнеров. И множество всевозможных вариантов на тему листов бумаги различных размеров, имеющих различное количество сгибов.

Этапы изготовления буклетов



Фальцовка (от нем. falzen - складывать, сгибать) - это технологическая операция формирования тетрадей или полиграфических изделий определенной конструкции из отпечатанных листов путем осуществления последовательных сгибов. Из нескольких тетрадей формируются брошюры, журналы, книги и другие полиграфические издания. Фальцовка является первой и одной из важнейших брошюровочных операций при послепечатной обработке оттисков.



Этапы изготовления буклетов

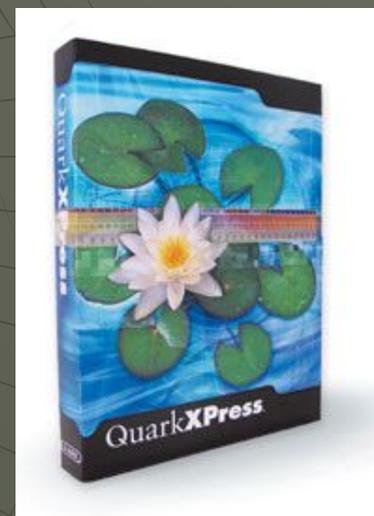
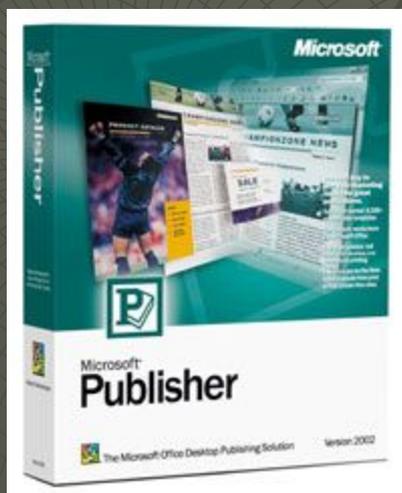
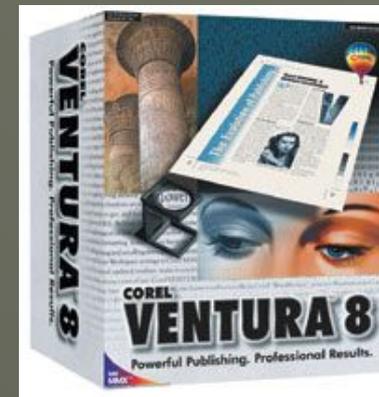
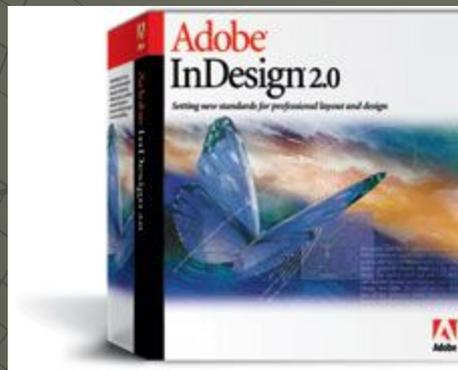
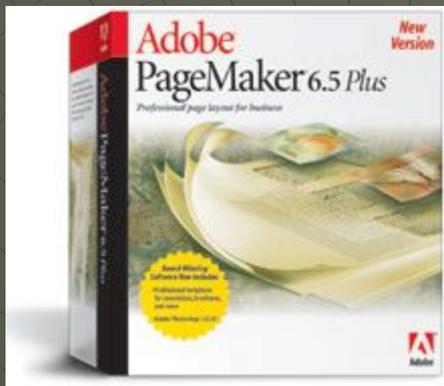
Биговка - это предварительное нанесение на материал линий сгибов с помощью тупых дисковых ножей, которые вдавливают и уплотняют материал с частичным разрушением связей в волокнистых материалах.

Высечка - это вырубка печатных изделий при помощи острого заточенного штампа.

Лакирование - это нанесение на оттиск лака, для придания блеска и защиты от внешнего воздействия.

Тиснением называют создание изображения на бумаге, картоне, коже, пластике и других переплетных материалах (ледерин, коленкор, бумвинил) давлением нагретым до определенной температуры клише, с использованием фольги и краски, или без них.

программы верстки рекламных буклетов



ВЫВОДЫ

Во-первых, буклеты имеют компактную форму. Достигается это за счет фальцевания листа. Например, на создание буклетов формата А4 в 2 фальца требуется столько же бумаги, как и на обычную листовку соответствующего формата. Но при этом рекламный буклет отличается, по данным экспертов, более долгой «жизнью».

Во-вторых, в буклетах идеально сочетаются изображение и текст. Современные методы офсетной печати и новейшее оборудование позволяют определять изготовление буклетов как процесс оперативный даже при внушительных тиражах.

В-третьих, в оформлении буклетов уместны некоторые способы постпечатной обработки (например, лакировка), результат которой – эксклюзивность рекламной продукции.

Источники информации

1. Молочков В.. Издательство на компьютере. – СПб, 2004.
2. Алина Федорова «Самоучитель Adobe PageMaker 7.0».
3. С.В. Глушаков, Г. А. Кнабе «Компьютерная верстка. Учебный курс».
4. В. Леонов, Д. Турецкий «Энциклопедия программ» издательские системы верстки.

<http://intity.org/fir-buk.php>

www.publish.reprint.ru

www.polymer.net.ua

www.stunbooklet.info

www.ukr-print.ua