**Pracovní list 1 - řešení - Zprodukování reklamní kampaně "Tour 2018 kapely Melody Boys"**

1. **Reklamní kampaň, její příprava a použité prostředky**

|  |
| --- |
| 1. Zmapování cílové skupiny – jsou to mladí lidé, lidé v produktivním věku, důchodci? |
| 1. Zjistit, zda podobná kampaň již někde neprobíhá. |
| 1. Popsat náš produkt. |
| 1. Jaký bude rozpočet? |
| 1. Kreativní koncept kampaně – volba loga, vhodných fontů, barev… |
| 1. Zpětná vazba – byla kampaň úspěšná?, rozuměli naší kampani všichni? |

1. **Příjem tiskových dat a jejich kontrola**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Technické parametry obrazových a textových podkladů | Rozlišení obrázků a jejich velikost, správné a autorizované fonty, loga v křivkách |
| 1. Možnosti digitalizace | Digitální fotoaparát, skener |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

1. **Pre-press jako příprava tiskových dat v produkci reklamní kampaně**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Zpracování vektorové grafiky | Adobe Illustrator. Pokud zákazník pošle data pro logo v bitmapě, je třeba tuto grafiku převést do vektorové grafiky, popřípadě vyzvat zákazníka, aby data poslal v křivkách. |
| 1. Zpracování bitmapové grafiky | Zkontrolovat především velikost a rozlišení fotografií. Fotografie převést do režimu CMYK s rozlišením 300 dpi. Velikost fotografie nastavit dle plánu. |
| 1. Sazba a vyřazení | Adobe InDesign |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

1. **Volba vhodné tiskové techniky v závislosti na typu zakázky**

|  |
| --- |
| 1. Viz pracovní listy 2, 3 |
|  |
|  |
|  |
|  |

1. **Kontrolní náhled a nátisk, zhodnocení kvality tiskových výstupů**

|  |
| --- |
| 1. U případných korporátních tisků vyžadovat kontrolní nátisk potvrzený zákazníkem. |
| 1. Kontrolní nátisk řešit buď certifikovaným zkalibrovaným zařízením, nebo přímo u tiskového stroje. |
| 1. Všechny tiskoviny budou zákazníkovi posílány ke schválení formou náhledového PDF |
|  |
|  |