

MATERIAŁY WYMAGANE

do katalogu „MeetingsPoland.pl” i towarzyszących form, wydanie 2012-2013

Materiały należy nadsyłać drogą elektroniczną na adres: katalog@meetingspoland.pl lub na życzenie reklamodawcy podamy adres ftp.

A. Zgłoszenie do działu: OBIEKTY KONFERENCYJNE

1. Umowa zamieszczenia reklamy. Umowa w 2 egzemplarzach do przesłania pocztą a pozostałe materiały do wysłania drogą elektroniczną.
2. Tabela obiektu (według załącznika). Prosimy o wypełnienie tabeli zgodnie ze „Wskazówkami”. Z uwagi na technikę pracy studia tabela musi być przesłana w dokumencie .doc
3. Tekst WORD (w języku polskim) o objętości do 500 znaków ze spacjami na temat Państwa obiektu. Teksty o większej objętości nie będą akceptowane. Sugerujemy dla sprawdzania liczby znaków wykorzystać funkcję „Statystyka wyrazów (ze spacjami)” w „Narzędziach” programu MS Word. Uwaga: nie należy powielać informacji zawartych w tabeli.
4. Logo (wszystkie elementy osadzone w pliku, format EPS lub PDF, czcionki zamienione na krzywe, rozdzielczość bitmap 300–350 dpi, wszystko w profilu kolorystycznym CMYK).
5. Pięć fotografii z uwzględnieniem zaleceń odnośnie do jakości technicznej i merytorycznej (format TIFF, EPS lub JPG, rozdzielczość 300–350 dpi, CMYK)
 - a) widok ogólny obiektu,
 - b) widok głównej (największej) sali konferencyjnej opisywanej w tabeli,
 - c) szczególna atrakcja danego obiektu lub pobliskiego terenu (jest to szansa na uwypuklenie indywidualnego charakteru Państwa oferty, zwłaszcza do realizacji imprez INCENTIVE) - np. korty tenisowe, basen, wnętrza klubowe, impreza plenerowa,
 - d) oraz e) widok drugiej sali konferencyjnej lub fotografia dodatkowa. Umieszczenie dodatkowego piątego zdjęcia w szpalcie po lewej stronie jest możliwe tylko wtedy, gdy tabela „Komunikacja” mieści się pod pozostałymi dwiema tabelami.

Uwaga: Wszystkie pliki elektroniczne powinny mieć nazwę pozwalającą na identyfikację z firmą lub obiektem, np. „nazwahotelu.foto.gmach” lub „nazwahotelu.oferta.incentive” itp.

6. Tekst WORD (w języku polskim i angielskim) o objętości max 500 znaków ze spacjami nt. udzielonych rabatów na usługi hotelarsko-konferencyjne.
7. Tylko obiekty konferencyjne zgłoszone wg obowiązującego wzoru zostaną uwzględnione w spisach: „Obiekty konferencyjne”, „Lokalizacja obiektów konferencyjnych”, „Podręczna baza danych obiektów konferencyjnych” oraz na mapie. Tylko w/w obiekty uwzględnione będą przez wyszukiwarke www.meetingspoland.pl/search wymagającą szczegółowych informacji (parametrów) o obiekcie z tabeli.
8. W przypadku dodatkowych ofert reklamowych (okładka, wklejka, wrzutka, zakładka, dodatek, reklama we wstępie, na stronach rozdziałowych) prosimy o kontakt z Wydawcą.
9. Do wersji elektronicznej dodatkowe materiały nie są wymagane, wersja elektroniczna będzie odzwierciedleniem strony w Katalogu.

B. Zgłoszenie do działu: PROFESJONALNI ORGANIZATORZY KONFERENCJI I FIRMY EVENTOWE

1. Umowa zamieszczenia reklamy.
2. Dane do metryczki zrealizowanych imprez (według załącznika)
 - a) logo (wszystkie elementy osadzone w pliku, format EPS lub PDF, czcionki zamienione na krzywe, rozdzielczość bitmap 300–350 dpi, wszystko w profilu kolorystycznym CMYK),
 - b) do 5 ostatnio zrealizowanych kongresów i konferencji o łącznej objętości tekstu (w języku polskim i angielskim) do 700 znaków ze spacjami.
3. Reklama przygotowana do druku – wszystkie elementy osadzone w pliku, format EPS, czcionki zamienione na krzywe, rozdzielczość bitmap 300–350 dpi osadzona w pliku (zlinkowana), w profilu kolorystycznym CMYK (ewentualnie: TIFF, 300 dpi, w profilu CMYK).
4. Wglądówka reklamy niskiej rozdzielczości w formacie JPG. Dla zagwarantowania jakości kolorystyki należy dostarczyć matchprint (cyfrowy wydruk kolorowy lub chromalin / ozosal).
5. W przypadku dodatkowych ofert reklamowych (okładka, wklejka, wrzutka, zakładka, dodatek, reklama we wstępie, na stronach rozdziałowych) prosimy o kontakt z Wydawcą.
6. Do wersji elektronicznej dodatkowe materiały nie są wymagane, wersja elektroniczna będzie odzwierciedleniem reklamy w Katalogu.
7. Rozmiar reklamy pozostawiamy do wyboru: wklejka (dwie strony formatu A3, 385 mm x 297 mm + 3 mmm na spad), rozkładówka (dwie sąsiadujące strony A4, 210 mm x 297 mm - po obcięciu „na spad” lub 190 mm x 270 mm), wielkość A4 (210 mm x 297 mm - po obcięciu „na spad” lub 190 mm x 270 mm) lub 1/2 A4 (190 mm x 135 mm, poziom).

C. Zgłoszenie do działów: KRAJE, REGIONY, MIASTA, USŁUGI TOWARZYSZĄCE, GIEŁDA OFERT DROBNYCH

1. Umowa zamieszczenia reklamy.
2. Reklama przygotowana do druku – wszystkie elementy osadzone w pliku, format EPS, czcionki zamienione na krzywe, rozdzielczość bitmap 300–350 dpi osadzona w pliku (zlinkowana), w profilu kolorystycznym CMYK (ewentualnie: TIFF, 300 dpi, w profilu CMYK).
3. Wglądówka reklamy niskiej rozdzielczości w formacie JPG. Dla zagwarantowania jakości kolorystyki należy dostarczyć matchprint (cyfrowy wydruk kolorowy lub chromalin / ozosal).
4. W przypadku dodatkowych ofert reklamowych (okładka, wklejka, wrzutka, zakładka, dodatek, reklama we wstępie, na stronach rozdziałowych) prosimy o kontakt z Wydawcą.
5. Do wersji elektronicznej dodatkowe materiały nie są wymagane, wersja elektroniczna będzie odzwierciedleniem reklamy w Katalogu.
6. Rozmiar reklamy pozostawiamy do wyboru: wklejka (dwie strony formatu A3, 385 mm x 297 mm + 3 mmm na spad), rozkładówka (dwie sąsiadujące strony A4, 210 mm x 297 mm - po obcięciu „na spad” lub 190 mm x 270 mm), wielkość A4 (210 mm x 297 mm - po obcięciu „na spad” lub 190 mm x 270 mm), 1/2 A4 (190 mm x 135 mm, poziom), 1/4 A4 (92,5 mm x 135 mm, pion) lub 1/8 A4 (92,5 mm x 65 mm, poziom).

D. Zgłoszenie: DODATKOWYCH OFERT REKLAMOWYCH

1. Zaznaczenie w Umowie-Zgłoszeniu chęci zamieszczenia dodatkowej oferty reklamowej
2. W przypadku dodatkowych ofert reklamowych (okładka, wklejka, wrzutka, zakładka, dodatek, reklama we wstępie, na stronach rozdziałowych) prosimy o kontakt z Wydawcą.
3. Reklama przygotowana do druku – wszystkie elementy osadzone w pliku, format EPS, czcionki zamienione na krzywe, rozdzielczość bitmap 300–350 dpi osadzona w pliku (zlinkowana), wszystko w profilu kolorystycznym CMYK (ewentualnie: TIFF, 300 dpi, CMYK).
4. Wglądówka reklamy niskiej rozdzielczości w formacie JPG. Dla zagwarantowania jakości kolorystyki należy dostarczyć matchprint (cyfrowy wydruk kolorowy lub chromalin / ozosal).
5. Dopuszcza się następujące wielkości dodatkowych powierzchni reklamowych: strona szytwna (karton A4 dwustronnie zadrukowany z możliwą perforacją dla wrywania, 210 mm x 297 mm - po obcięciu „na spad” lub 190 mm x 270 mm), z zakładka na wstążce (karton, 60 mm x 206 mm, naklejona na stronie A4), dodatek (format A5, max 8 stron, ew. naklejony), reklama we wstępie katalogu lub stronach rozdziałowych: wielkość A4 (190 mm x 270 mm lub 210 mm x 297 mm – „na spad”), 1/2 A4 (190 mm x 135 mm), 1/4 A4 (92,5 mm x 135 mm), 1/8 A4 (92,5 mm x 65 mm).