# Содержание

Введение

1. Анализ современного состояния проблемы в области дизайна буклетов

1.1 Определение термина «буклет», назначение

1.2 Способы сложения буклетов

1.3 Шрифты, используемые при печати буклетов

1.4 Технологические особенности изготовления буклетов

2. Разработка оригинала макета буклета ООО Тепловизионная лаборатория

2.1 Определение текстового содержания буклета, выбор шрифта

2.2 Выбор конструкции буклета

2.3 Определение иллюстративной части буклета

2.4 Цветовое решение

2.5 Верстка и печать

Заключение

Список используемой литературы

**Введение**

буклет дизайн создать макет

Объединяя в себе достоинства небольшой стоимости и высокой информативности, буклеты являются одним из наиболее широко используемых и эффективных видов рекламной полиграфии.

Буклеты позволяют предоставить потребителям более полную информацию, и сделать подачу информации более структурированной, чем это могут сделать обычные рекламные листовки. Кроме того, буклеты более компактны, но несмотря на это они лишены ощущения некой незавершенности, которое может появиться у потребителей после ознакомления с обычной рекламной листовкой. Они выполняют много функций: информируют о продукции, являются носителями элементов фирменного стиля, а благодаря своим небольшим размерам очень удобны для раздачи или рассылки по почте.

В связи с этим встает актуальная проблема производства качественной полиграфической рекламной продукции .

В данной курсовой работе произведена дизайн-разработка рекламного буклета для организации ООО «Тепловизионная лаборатория», занимающейся проведением тепловизионного контроля в строительстве.

Раздел 1 посвящен анализу современного состояния проблемы в области дизайна буклетов. В нем приведена информация о видах буклетов, а также шрифтах, используемых в полиграфии. Раздел 2 описывает этапы создания рекламного буклета ООО «Тепловизионная лаборатория".

**1. Анализ современного состояния проблемы в области дизайна буклетов**

## Определение термина «буклет», назначение

Буклетом называют непериодическое листовое издание, напечатанное с обеих сторон листа и сложенное любым способом в два и более сгибов. Как правило, буклеты имеют размеры стандартного евро-конверта. Такой буклет легко умещается в руке или, например, в дамской сумочке. Буклеты удобно распространять, в том числе через почтовые ящики, или раскладывать в зоне видимости потенциального клиента. Яркий, красочный буклет с минимальной необходимой информацией всегда привлекают покупателей в магазинах, посетителей на выставках, клиентов в банке. Буклет обязательно должен содержать фирменную символику, необходимую информацию о товаре или услуге и координаты фирмы. Одно из главных достоинств буклета – краткость подачи самой основной, самой необходимой информации, и, конечно, удобство ее восприятия потребителем.

Основными видами буклетов являются:

- информационные. Такие буклеты несут основную информацию о товаре или услуге. Они должны четко и лаконично рассказывать о продукте, поэтому лучше не перегружать их подробными текстами. Главная задача заключается в том, чтобы каким-либо элементом заинтересовать читателя. Здесь уместно использование красочные фотографии, графики и таблицы;

- имиджевые. Эти буклеты являются лицом компании, поэтому требования к ним очень высоки. В них фирма рассказывает о себе, своих достижениях и планах, приводит обзор товаров. Важно подчеркнуть свои преимущества, уникальность и, конечно, солидность. Поэтому такие буклеты изготавливают с применением оригинальных дизайнерских решений .Имиджевые буклеты являются в значительной степени лицом фирмы, поэтому к их внешнему виду предъявляются высокие требования. Для таких изданий выбирается качественная бумага, нередко коллекционная (в том числе оригинальные кальки, картон), помимо традиционного полноцветного офсета могут присутствовать дополнительные цвета или даже другой способ печати (например, шелкография). Для отделки используют тиснение, вырубку, выборочное лакирование. Такой буклет требует достаточно больших финансовых вложений, а также значительных интеллектуальных затрат. На разработку имиджевого буклета уходит в несколько раз больше времени, чем на его производство;

- для почтовой рассылки. Реклама в СМИ рассчитана на массовую аудиторию. А буклеты, пришедшие по почте, рассматривают каждого потребителя как индивидуальность. Это подчеркивают уважение к получателю, поэтому они привлекают больше внимания. Как правило, такие буклеты очень простые в плане полиграфического исполнения, ведь при больших тиражах важна стоимость одного экземпляра. Из отделки используют только лакирование, бумага выбирается тонкая - она легче, да и при почтовой рассылке, где не последнюю роль играет вес отправления, получается выгоднее. Крупные фирмы заказывают такие буклеты большими тиражами, в основном при проведении рекламных кампаний;

- на время акции. Рекламные акции давно являются превосходным средством для стимулирования продаж. Такие буклеты дают информацию о скидках, месте и условиях проведения распродажи. Разумеется, их распространение ограничено сроками акции.

## 1.2 Способы сложения буклетов

Главным элементом буклета, как в плане разработки дизайна, так и технологии производства (отсюда и стоимости), является количество и способы сгибов (фальцовки).

Для того, чтобы сгиб был аккуратным и не ломанным, необходимо использовать тонкую бумагу, плотностью до 150 г/м.кв. В противном случае, может получиться надорванный, рваный сгиб (излом). Но если все же требуется более плотная, дорогая бумага для соответствующих клиентов, то для аккуратной линии сгиба, перед началом фальцовки, используют биговку.

Под биговкой (от нем. biegen - гнуть, сгибать) принято понимать предварительное нанесение на материал линий сгибов с помощью тупых дисковых ножей или планками в биговальных машинах, которые вдавливают и уплотняют материал. Только после того как лист отбигуют, его начинают фальцевать.

Следовательно, при выборе бумаги по плотности, необходимо учитывать эту особенность, так как дополнительная технологическая операция на биговку приводит к удорожанию рекламного изделия.

Различают три вида фальцовки:

- взаимно перпендикулярная — каждый последующий сгиб перпендикулярен предыдущему;

- параллельная — все сгибы параллельные;

- комбинированная — последовательность параллельных и перпендикулярных сгибов не регламентирована.

Наиболее распространенный вид фальцовки — взаимно перпендикулярные сгибы листа пополам. В зависимости от числа страниц в листе (от доли листа, в которую отпечатана книга или журнал) применяется фальц в один, два, три или четыре сгиба.

Перекрестный фальц (перекрестная фальцовка, перпендикулярная фальцовка, встречная фальцовка) - способ сложения запечатанного листа, когда каждый последующий сгиб перпендикулярен предыдущему, которая приводит к получению тетрадки.

Вложенная фальцовка- способ сложения запечатанного листа, когда все сгибы параллельные, при котором вначале лист сгибается пополам, и этот лист также складывается пополам параллельно первоначальному сгибу.

Фальц гармошкой - способ сложения запечатанного листа, когда все сгибы параллельные и обращены во внешнюю сторону. Раскрывается такой буклет (сфальцованный гармошкой) простым растяжением без раскладки листов.

Фальцовка вовнутрь (оконная фальцовка**)** - способ сложения запечатанного листа, когда все сгибы параллельные, при котором крайние доли листа каждый раз складываются вовнутрь.

По количеству сгибов буклеты делятся на следующие виды:

- буклет с одним фальцем можно изготовить из листа форматов А6, А5, А4, А3. Делать буклет с одним фальцем из листа формата А2 не практично, так как очень трудно представить вручение клиенту изделие размером 42 на 59,4 см. Такой буклет не положишь ни в папку, ни стандартный бумажный пакет;

- буклет с двумя фальцами можно изготовить из листа форматов А5, А4, А3, 630х297 мм. Как видно, существуют два типа такой фальцовки - гармошкой и фальцы вовнутрь;

- буклет с тремя фальцами можно изготовить из листа форматов А3, А2, А1. Способов сгиба, как видно из рисунка, уже больше: три фальца гармошкой, вовнутрь, встречные фальцы;

- буклеты с четырьмя фальцами делают в основном гармошкой. Можно конечно сделать и более сложный вид фальцовки, но фальцовочные машины не рассчитаны на выполнение четырех фальцев во внутрь. Этот вид фальцовки (вовнутрь) делают вручную;

- буклеты с пятью фальцами – это наиболее сложный вид фальцовки Фальцовочные машины, способные сделать 5 сгибов за один прогон, встречается не часто, так как и такие заказы редки и наиболее экономично делать такой буклет с половины А2 листа (420х297 мм);

- буклет с двумя перекрестными фальцами. Самый красочный пример - это газета, когда лист вначале складывают один раз а затем перекрестно складывают еще один раз

К размерам буклетов применяются следующие требования:

а) максимальная длина буклета не может превышать максимальной длины печатного листа А1 формата (реже А0 формата);

б) минимальная длина буклета не может быть меньше 90 мм, так как минимальный фальц как правило не может быть меньше 40 мм;

в) максимальная плотность бумаги для фальцовки - 150 г/м.кв. (170 г/м.кв. крайне не желательно сразу фальцевать), минимальная - 80 г/м.кв;

г)минимальный сгиб - 4 см;

д) количество изделий в развороте должно оптимально ложиться на печатный лист, чтобы не было лишних отходов.

## 1.3 Шрифты, используемые при печати буклетов

Шрифт – графический [рисунок](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B8%D1%81%D1%83%D0%BD%D0%BE%D0%BA) начертаний [букв](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%83%D0%BA%D0%B2%D0%B0) и знаков, составляющих единую стилистическую и композиционную [систему](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0).

Основные характеристики шрифтов:

- гарнитура: объединение разных по кеглю и начертанию, но одинаковых по характеру рисунка шрифтов;

- начертание: прямой, курсивный

- насыщенность: светлый, полужирный, жирный (отношение толщины штриха к ширине внутрибуквенного просвета);

- ширина: нормальный, узкий, широкий;

- размер (кегль) в [пунктах](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B8%D0%BF%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%BF%D1%83%D0%BD%D0%BA%D1%82) (1 пункт = 1/72 дюйма);

- чёткость**;**

- форма засечек.

Гарнитура шрифта - графический рисунок начертаний букв и знаков, составляющих единую стилистическую и композиционную систему. Она образует совокупность начертаний, обладающих зрительно воспринимаемой графической целостностью за счет сходства формы знаков и их отдельных элементов. Различают основные группы шрифтов: наборные и акцидентные (декоративные) шрифты. Эти две группы разветвляются на множество подгрупп. Каждая гарнитура имеет своё наименование. Разработка гарнитур — сложная и трудоёмкая работа. Шрифты создаются художниками в соответствии:

- с образным замыслом;

- с требованиями единства стиля и графической композиции;

- с конкретными смысловыми и художественно-декоративными задачами.

В одной и той же гарнитуре шрифты могут отличаться размером (кеглем) и начертанием. Начертание - один из вариантов графического решения конкретного шрифта, отличающийся от других:

- насыщенностью: сверхжирный (Black), жирный (Extra bold), полужирный (Bold), светлый (Light);

-наклоном: курсив (Italic); пропорциями: сжатый (Condensed), широкий (Wide), сверхширокий (Extra wide);

-художественными эффектами: полый (Hollow), с тенью (Shadow), с вывороткой (Cameo) и др.

Исходный вариант обычно называют прямым или нормальным начертанием.

Кегль (от [нем.](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D1%86%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) kegel) — переводится как размер высоты буквы, включая нижнее и верхнее [заплечики](http://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%97%D0%B0%D0%BF%D0%BB%D0%B5%D1%87%D0%B8%D0%BA%D0%B8&action=edit&redlink=1) у этой буквы или знака. В ручном наборе высокого способа печати кегль измеряли через высоту литерной площадки, на которой расположена буква или знак. В [линотипном](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%BF) наборе, кегль измеряли через расстояние между задней и передней стенками строки. Кегль измеряется в типографских пунктах. Высота литерной площадки включает в себя нижнее заплечико, высоту самой буквы (знака) и высоту верхнего заплечика. На оттиске кегль измеряют визуально «на глаз» условно через высоту буквы (знака) с учетом невидимых верхних и нижних заплечиков. Кегль обычно определяется по высоте прописной буквы Н, а соотношение высот прописных и строчных букв в разных шрифтах, как правило, не совпадает, поэтому при равном кегле одни шрифты выглядят крупнее других.

При попытке обеспечить максимальное распознавание и понимание информации, напечатанной каким-либо шрифтом, первостепенное значение приобретает типографическая четкость. Четкость шрифта – это отношение цвета шрифта к цвету фона - носителя знаков; фактура, качество выполнения. Этот фактор сильно влияет на удобочитаемость .

Шрифты можно разделить на две основные категории: [с засечками (серифами)](http://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%A8%D1%80%D0%B8%D1%84%D1%82_%D1%81_%D0%B7%D0%B0%D1%81%D0%B5%D1%87%D0%BA%D0%B0%D0%BC%D0%B8&action=edit&redlink=1) и без засечек (рубленые). Засечки представляют собой небольшие элементы на концах штрихов букв. В [полиграфии](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%8F) шрифты без засечек также называют гротесками .

Существует большое разнообразие шрифтов как с засечками, так и без них. Обе группы содержат как гарнитуры, разработанные для набора больших объёмов текста, так и предназначенные в основном для декоративных целей. Наличие или отсутствие засечек является лишь одним из многих факторов, которые учитываются при выборе шрифта.

Часто полагают, что в длинных текстах легче читать шрифты с засечками, чем без них. Исследования этого вопроса дают неоднозначные результаты, давая основание полагать, что основная причина этого эффекта в большей привычности к шрифтам с засечками. Как правило, в печатных работах, таких как газеты и книги, применяются шрифты с засечками, по крайней мере в основном тексте. Веб-сайты могут не определять шрифт и использовать пользовательские настройки [браузера](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%80%D0%B0%D1%83%D0%B7%D0%B5%D1%80). Но те из них, которые задают шрифт, обычно применяют шрифты без засечек, потому что считается, что, в отличие от печатных материалов, на компьютерных экранах с низким разрешением их читать легче.

В зависимости от назначения шрифты принято делить на :

- текстовые (ими набрано большинство символов в книгах и журналах, такие шрифты выглядят наиболее "нейтрально" и обеспечивают максимальную удобочитаемость);

- выделительные (позволяющие сделать фрагмент заметным среди больших массивов текста);

- титульные (заголовочные):

- акцидентные (декоративные, применяемые в буквицах, надписях на плакатах, этикетках и других украшениях).

Использование шрифтов одного вида там, где необходим другой (особенно, когда заменяют текстовый шрифт на заголовочный или декоративный), обычно бросается в глаза и воспринимается плохо.

Существует несколько классификаций, подразделяющих шрифты в зависимости от общих особенностей рисунка. В советское время вся отечественная полиграфия использовала довольно сложную классификацию ГОСТ; сейчас для пользователей компьютеров актуальнее более простая схема, предложенная фирмой Microsoft. Эта схема включает следующие группы:

- Roman— разноширинные шрифты с засечками (засечки, или серифы, — небольшие декоративные штрихи, завершающие основные вертикальные и горизонтальные штрихи), например Times, Garamond или Baskerville;

- Swiss— разноширинные рубленые (т. е. не имеющие засечек) шрифты типа Helvetica, Futura или Arial;

- Modern — брусковые (неконтрастные) и моноширинные шрифты с засечками, имитирующие машинопись, скажем Courier;

- Script — шрифты, имитирующие рукописный стиль, например Brush Script;

- Decorative — различные виды акцидентных шрифтов, например Sherwood.

В зависимости от начертания различают пропорциональный и моноширинный шрифты.

[Пропорциональный](http://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D1%88%D1%80%D0%B8%D1%84%D1%82&action=edit&redlink=1) шрифт отображает символы разной ширины, тогда как непропорциональный, или моноширинный, шрифт использует знаки постоянной фиксированной ширины. Большинство людей находит пропорциональные шрифты более привлекательными и [удобочитаемыми](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%B4%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%87%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%B5%D0%BC%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C), и поэтому эти шрифты чаще всего применяются в профессионально изданных печатных материалах. По той же причине, программы с графическим интерфейсом (такие как [текстовые процессоры](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B9_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%81%D0%BE%D1%80) и браузеры) обычно используют пропорциональные шрифты. Однако, многие пропорциональные шрифты содержат знаки фиксированной ширины, так что, например, колонки чисел остаются выровненными.

Моноширинные шрифты лучше подходят для некоторых целей, поскольку их знаки выстраиваются в чёткие, ровные колонки. Большинство ручных [пишущих машинок](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B8%D1%88%D1%83%D1%89%D0%B0%D1%8F_%D0%BC%D0%B0%D1%88%D0%B8%D0%BD%D0%BA%D0%B0) и алфавитно-цифровых компьютерных дисплеев использует моноширинные шрифты.

При подстановке двух литер вместе или двух линотипных строк, между ними образовывался «интерлиньяж» — пробельное расстояние между строками. При наборе в металле он складывается из высоты [литеры](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%B8%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B0) (кегля) и пробельного материала ([шпона](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A8%D0%BF%D0%BE%D0%BD)) и изменяется путем вставки пробельных материалов различных толщин.

Основными требованиями к шрифтам, используемым при печати буклетов, являются следующие:

а) удобочитаемость шрифта.

Удобочитаемость является одним из важнейших достоинств хорошего шрифта. Это не только общая оценка пригодности его формы, но и показатель красоты. На удобочитаемость влияют следующие факторы :

- форма шрифтовых знаков (рисунок или тип шрифта, размер, пропорциональность отношения ширины знака к его высоте, ритм формы, насыщенность, цвет);

- шрифтовая композиция (длина строки (надписи) или ширина шрифтового поля (колонки), пробел вокруг строки или шрифтового поля, интервал между строками, шрифтовыми полями, форма строк, шрифтового поля, ритм строки и композиции текста, цветовое решение);

- узнаваемость знаков, их дифференцированность, оправданная простота форм, представление содержания.

Необходимость соблюдения требования удобочитаемости вызвана психофизиологическими особенностями человека, проявляемыми в процессе чтения и осмысления текста. Удобочитаемость способствует психосубъективному отношению к тексту, готовности к чтению, предопределяя привычки и ожидания зрителя. К сказанному следует добавить, что удобочитаемость зависит от сложности содержания, текстовой нагруженности, окружения, попадающего в поле зрения одновременно со шрифтом, а также степени освещенности;

б) содержание и форма, образность шрифта.

На форму шрифта, его образность непосредственно влияет содержание текста. Единство формы буквы и содержания письменного сообщения - второе основное после удобочитаемости требование. Форма шрифта не пассивно следует за содержанием, она, так же как и само искусство шрифта, обладает относительной самостоятельностью и оказывает воздействие на содержание. Она может способствовать развитию предмета или, наоборот, тормозить его;

в) ритмический строй шрифта.

Закон развития формы в шрифте предопределяется повторением таких пар противоположностей, как округлый - угловатый, широкий - узкий, большой - маленький, контрастный - нюансный. Борьба противоположностей вызывает ощущение условного движения, внутренней динамики изображения. Это и есть ритм - новое качество противоположностей.

Ритм создается продуманным чередованием пятен букв и межбуквенных пробелов, взаиморасположением слов и строк, геометрической и оптической пропорциональностью букв, строк, композиции в целом - всем линейно-пространственным строем. Ритм усложняется при объемно-пространственном решении текста.

Шрифт, подчиняясь всем этим зрительным закономерностям ритма, воздействует на человека, вызывая то или иное настроение. активизирует или тормозит восприятие, на удобочитаемость и образность формы.

По эмоциональному восприятию ритмический строй текста может быть простым и сложным, статичным и динамичным, уравновешенным и беспокойным. Нарушение ритмических связей влечет за собой впечатление дробности, случайности, потерю целостности композиции и, напротив, гармоничное построение помогает чтению, доставляет зрительное удовлетворение;

г) цвет - средство художественной выразительности шрифта.

На художественную форму шрифтового изображения существенно влияет цвет, привнося свои качественные особенности в ритмический и композиционный строй. Организация гармонии цветового решения - одно из основных требований.

Как известно, цвет воздействует на зрителя своими физическими и психосубъективными качествами. По физическим качествам цвет считается удачным, если имеет достаточный коэффициент отражения, то есть отвечает нормальным условиям зрительного восприятия - четкости и удобочитаемости - первому требованию в работе над шрифтом.

Таким образом, цвет, влияя на художественную форму, не только повышает или понижает удобочитаемость шрифта, но и оказывает, будучи выразительным средством, эстетическое воздействие на основе ряда вызываемых у зрителя ассоциаций, отчасти личностных, отчасти общечеловеческих, а также обусловленных классовыми, национальными и временными причинами;

д) наглядность в оформлении письменных текстов.

Эффективность буклета, его визуальное восприятие зависят от наглядности содержательной структуры информации. В комплексном художественном оформлении особую роль играет умение связывать воедино компоненты разнообразного содержания с одновременным выделением главного. Наглядность зависит от читаемости форм шрифтовых знаков, которые образуют слова, строчки и абзацы, от их гармонии с материалом носителя информации. Она определяет, насколько легко, точно и быстро совершается процесс зрительного восприятия текста.

## 1.4 Технологические особенности изготовления буклетов

Основные способы печати отличаются принципами создания печатающих и пробельных элементов на печатной форме и методами передачи печатной краски с печатной формы на запечатываемый материал.

При использовании способа высокой печати передача текста и изображения на запечатываемый материал осуществляется с печатной формы, на которой печатные элементы расположены выше пробельных. Краска наносится на поверхность выступающих печатных элементов. При соприкосновении с бумагой краска переходит на бумагу.

При использовании способа плоской печати передача текста и изображения на запечатываемый материал осуществляется с использованием печатной формы, на которой печатные и пробельные элементы расположены практически в одной плоскости. Они обладают избирательными свойствами восприятия маслосодержащей краски и увлажняющего раствора - водного раствора слабых кислот и спиртов, который наносится на печатную форму перед нанесением краски.

При способе глубокой печати передача краски на бумагу в процессе печатания производится с печатной формы, на которой печатные элементы углублены по отношению к пробельным элементам. Краска с пробельных элементов снимается тонкой стальной пластиной — ракелем. Печатная форма изготавливается непосредственно на медной поверхности формного цилиндра. Изображение на форме зеркальное. В глубокой печати, как изображение, так и текст растрируются. Для способов глубокой печати характерно то, что полутона на оттиске получаются за счет изменения толщины красочного слоя. Качество полутоновых изображений на оттиске глубокой печати недостижимо для других способов печатания. Плавность перехода тонов и оттенков цвета превосходна.

При способе трафаретной печати передача изображения на запечатываемый материал производится с печатной формы, представляющей собой сетку. Сквозь ячейки печатных элементов с помощью ракеля продавливается печатная краска. Традиционная трафаретная печать иногда называется шелкографией, или сеточной печатью. Толщина красочного слоя на оттиске может быть значительно больше, чем при других способах печати. Это позволяет создавать очень насыщенный текст на сильно впитывающих и шероховатых (грубых) поверхностях. Сетка печатной формы может облегать различные, и не только плоские, но и выпуклые поверхности. Следовательно, способом трафаретной печати можно печатать на поверхности разной геометрической формы - цилиндрической, шарообразной и пр.

Буклеты, как и другая рекламно-полиграфическая продукция, могут дополнительно подвергаться различным послепечатным операциям. Так, для того чтобы защитить запечатанную поверхность буклета от помарок и размазывания, лицевые полосы покрывают офсетным или ВД лаком (водно-дисперсионным лаком). Если в изделии присутствуют большие площади запечатки однотонной краски (плашки), то всегда желательно использовать защитный офсетный лак.

Очень часто, в качестве дополнительного дизайнерского оформления буклетов, для придания изделию неповторимой индивидуальности и запоминаемости, используют выборочный УФ лак (лаки, которые быстро сохнут в ультрафиолетовых лучах - камерах). Бывают глянцевые, матовые, и лаки с примесью блесток.

Буклеты иногда оформляют тиснением фольгой. Фольга может быть как серебренной, золотой, голографической, так и различных цветов и оттенков. Тиснение может быть как блинтовое(когда изображение получают только вдавливанием), так и конгревное (когда изображение получается вдавлено-выдавленным).

Есть в буклетах одна особенная возможность - это когда одну из полос-створок превращают в отрывной купон за счет перфорации вместо одного из фальца. В этом случае, одну из линий сгиба перфорируют - делают отверстия с различным шагом. Различают два основных вида отверстий - круглые и прямоугольные.

Также одну из полос-створок часто оформляют оригинальным вырубным контуром, что в сочетании со специально разработанным графическим дизайном, который либо подчеркивает вырубной контур, либо его используют для усиления эмоционального воздействия на потенциальных покупателей.

Надо учитывать, что для использования вырубки, тиснения и даже УФ лака, лучше брать плотную бумагу - начиная от 200 г/м.кв.

Иногда в буклетах делают один несимметричный фальц, в результате чего одна створка становится больше чем все остальные. Такую створку перфорируют 2-мя или 4-мя отверстиями под папки-регистры с кольцевым механизмом или папки-скоросшиватели. В этом случае предполагается, что у продавца имеется широкая товарная номенклатура, рассчитанная на несколько типов покупателей. Для каждого типа покупателя формируют подборку таких буклетов, вкладывают в папку-регистр и вручают клиенту. Налицо явная экономия рекламных материалов - если бы это был единый каталог продукции, то он бы радовался всем видам потенциальных клиентов и не учитывал специфический спрос каждого в отдельности.

**2. Разработка оригинала макета буклета ООО Тепловизионная лаборатория**

## Определение текстового содержания буклета, выбор шрифта

Так как разрабатывается информационный буклет, то основной задачей проектирования стало четкое и лаконичное донесение до потенциального клиента рассказа о предлагаемых фирмой услугах. ООО Тепловизионная лаборатория оказывает услуги в сфере неразрушающего контроля зданий и сооружений путем проведения тепловизионных обследований. Существующий уровень развития инфракрасных устройств наблюдения позволяет получить информацию о тепловых полях объектов с достаточной для большинства практических применений точностью и высокой наглядностью и информативностью.

Имеющаяся в современном распоряжении тепловизионная техника может высокоэффективно и быстро определить области утечки тепла.Тепловизионное обследование является одним из основных направлений развития системы технической диагностики, которое обеспечивает возможность контроля теплового состояния оборудования и сооружений без вывода их из эксплуатации, выявления дефектов на ранней стадии развития, сокращение затрат на техническое обследование и выявление дефекта. Такая диагностика объективна, информативна, экономична и удобна.

Информационный текстовый блок был разделен на несколько частей :

- краткая информация о тепловизионном контроле, его целях и преимуществах;

- примеры использования этого вида диагностики;

- информация об услугах, оказываемых предприятием ООО Тепловизионная лаборатория;

- контактные сведения.

В качестве шрифта для буклета был выбран Arial как один из наиболее удобочитаемых. Кроме того, шрифт очень красивый, четкий, строгий и отлично подходит для донесения технической информации.

буклет дизайн макет

## Выбор конструкции буклета

На этом этапе проектирования был проведен анализ существующих стилей и видов буклетов , их конструктивных форм и материалов. В данном случае было решено сделать буклет формата А4 с двумя фальцами вовнутрь (в три сложения). В сложенном виде такой буклет имеет размер 10х20 см и может использоваться для рекламной почтовой рассылки.

При разработке оригинал-макета встает задача располагать материал по листу, как из расчета его цельности, так и из расчета появления отдельных секторов - полос после фальцовки - сложения. В данном случае каждая сторона листа делится на три сектора.

Внешняя сторона буклета содержит логотип и название предприятия – с лицевой стороны и контактную информацию – с тыльной стороны. На разворотах буклета представлены текстовая часть и иллюстрации.

## Определение иллюстративной части буклета

В качестве иллюстраций, поясняющих суть метода тепловизионной диагностики, выбраны изображения зданий, полученные с помощью высокоточного профессионального тепловизора .

В левой части такой иллюстрации находится обычная фотография здания. В правой части это же здание представлено в виде инфракрасного снимка. На тепловизионной фотографии хорошо видны строительные дефекты и места наибольшей теплопотери. Каждый снимок сопровождается пояснением.

Кроме того, в буклете использованы иллюстрации тепловизоров – приборов, с помощью которых проводится диагностика.

## Цветовое решение

Снимки, полученные с помощью тепловизионной камеры, очень яркие и содержат все спектральные цвета . В связи с этим возникла идея использовать в оформлении буклета спектральную градиентную растяжку на черном фоне.

Градиентная заливка применена к логотипу предприятия на лицевой части буклета, а также в виде горизонтальной полосы на тыльной стороне.

В качестве фона для текста и фотографий оборудования использован светло-серый цвет.

## Верстка и печать

Для создания оригинал-макета данного буклета применялись программы Adobe Photoshop CS3 и CorelDRAW X3. Печать выполнена на струйном принтере Epson Stylus Photo R270 , использована бумага LOMOND semi glossy плотность 170.

**Заключение**

В результате данной курсовой работы был создан оригинал-макет рекламного буклета ООО Тепловизионная лаборатория. Внешний вид буклета имеет лаконичный дизайн и обращает на себя внимание. Содержание соответствует задаче краткого, но полноценного информирования клиента об используемых технологиях и предоставляемых услугах.

Цветовое решение буклета можно использовать в дальнейшем при разработке другой рекламной продукции предприятия.

Список используемой литературы

1. Курушин В. Д., "Графический дизайн и реклама" - М.: "ДМК", 2001.-272с.
2. Смирнов С.И. Шрифт в наглядной агитации // М., Плакат, 1990.-192 с.
3. Цыганкова Е.Н. Графический дизайн: Учебно-методическое пособие по дипломному проектированию / Юж.-Рос. гос. техн. ун-т НПИ).Новочеркасск: УПЦ «Набла» ЮРГТУ (НПИ), 2005.-112с.