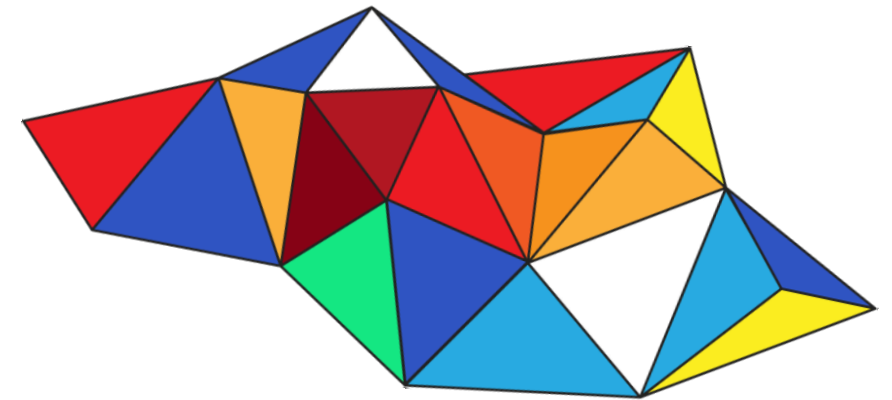


# ТЕМА 9. ДИЗАЙН ДРУКОВАНИХ ВИДАНЬ

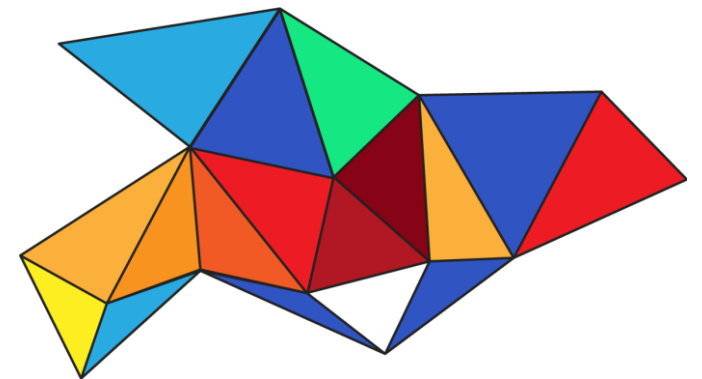
---

Лектор: Потрашкова Людмила Володимирівна



# 1. ВИДИ ДИЗАЙНУ ДРУКОВАНИХ ВИДАНЬ

---



КНИЖКОВЕ ВИДАННЯ – видання у вигляді блоку **скріплених у корінці** листів друкованого матеріалу будь-якого формату в обкладинці або палітурці.

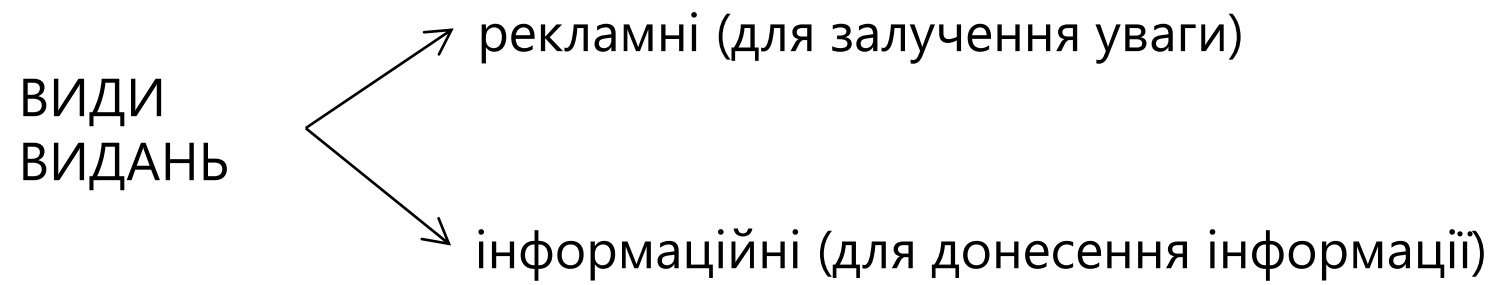
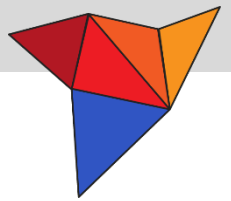
ЖУРНАЛЬНЕ ВИДАННЯ – видання у вигляді блоку **скріплених у корінці** аркушів друкованого матеріалу встановленого формату, видавничо пристосованого до специфіки **періодичного** видання, в обкладинці або палітурці.

ЛИСТОВЕ ВИДАННЯ – видання у вигляді одного або декількох аркушів друкованого матеріалу **без скріплення**.

БУКЛЕТ – листове видання у вигляді одного аркуша друкованого матеріалу, який має два або більше **фальців**.

**ЛИСТІВКА** – листове видання **без фальців**.

ФЛАЄР – невелика рекламна листівка, що зазвичай дає право на знижку або якийсь подарунок.

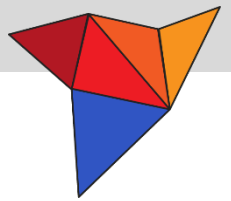


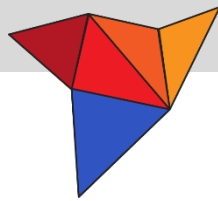


### ВИ ОРЕНДУЄТЕ КВАРТИРУ. ЯК ОТРИМАТИ СУБСИДІЮ?

-  У Положенні про порядок надання субсидій (п.6) встановлено, що субсидія в окремих випадках може призначатися особі, яка не зареєстрована, але проживає в житловому приміщенні на підставі договору найму (оренди).
-  Субсидія таким особам **призначається рішенням комісії** на підставі акту обстеження матеріально-побутових умов.
-  Щоби скористатися правом на призначення субсидії, Ви повинні підтвердити факт проживання в орендованому житлі (мати договір оренди) та оплачувати житлово-комунальні послуги.
-  Для призначення субсидії необхідно подати заяву про призначення житлової субсидії, декларацію про доходи й витрати членів сім'ї орендаря та договір найму (оренди) житла до органу соціального захисту **за місцем проживання**.
-  У заяві, яка подається для призначення субсидії, потрібно зробити відмітку про необхідність її розгляду Комісією (підкреслити відповідний текст).







**motivatept**  
corporate fitness

**FREE TASTER SESSION**

## corporate group fitness

bringing the workout to you

In today's competitive business environment, more than ever before, organisations need teams of healthy and motivated employees in order to compete successfully.

It is proven that healthy employees have:

- ✓ lower stress levels
- ✓ less sickness
- ✓ reduced absenteeism
- ✓ improved employee morale
- ✓ higher work rate productivity

Even a small ongoing investment in employee's health can pay big dividends - leading to a significant return on investment.

Our group of highly qualified personal trainers can lead your team through a variety of workouts, from a 1 hour stress-busting lunchtime session in an empty boardroom to an after-work bootcamp class in your local park. Whether the emphasis is on team building or training towards a corporate fitness challenge (marathon, mountain bike etc.), we will listen carefully to your firm's requirements and can develop a bespoke corporate fitness program that meets your needs.

With over 10 years' experience in the UK corporate fitness market, we work with businesses of all sizes, helping them to develop a healthy and active business culture. Why not dip your toe in the water and give us a try completely free of charge with a taster session for your staff, so you can be sure we are right for you. Thereafter, a typical one hour session for up to 20 employees starts from as little as £4.00 per person.

Join some of our corporate clients:

Call us today to book your **FREE TASTER SESSION**

Tel: **0845 680 9975** Email: [info@motivatept.co.uk](mailto:info@motivatept.co.uk)

**motivatept**  
corporate fitness

## Create your own Corporate Team Bootcamp Session:

More than just a corporate fitness bootcamp, we combine varied, engaging, and innovative group personal training with collaboration and teamwork skills. Our corporate personal training sessions focus on delivering real results in a challenging yet fun environment that inspires each and every employee, even the most exercise adverse, to achieve their personal best.

What's more, it's proven that individuals workout for longer, have more fun and exercise more consistently with a personal trainer leading the way.

We combine cardio-conditioning, circuit training, core work, team exercises, sports-specific and crossfit style drills, all into one dynamic workout. Employees will increase their confidence, burn fat, tone up, de-stress and build stamina.

**We guarantee that within just a few weeks your entire team will be physically and mentally fitter, stronger and more alert than ever before.**

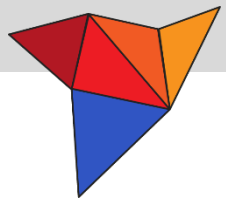
Go ahead and try our completely free of charge taster session for your staff so you can be sure we are right for you. Thereafter, a typical one hour session for up to 20 employees starts from as little as £4.00 per person. Not only is this far cheaper than any gym membership but evidence shows that individuals who train under the instruction of an experienced personal trainer achieve up to 70% better results than training on their own.

**FROM JUST £4.00 PER PERSON**

Call us today to book your **FREE TASTER SESSION**

Tel: **0845 680 9975** Email: [info@motivatept.co.uk](mailto:info@motivatept.co.uk)

[www.motivatept.co.uk](http://www.motivatept.co.uk)



## LEAFLET DESIGN

### for Company Product

Looking for a simple template for making a product leaflet design? You can use this fully editable and professional-looking template for making a perfect flyer for your product. This flyer design is best for making a single-fold leaflet design. It has been designed in an easy-to-edit layout with best typography.

You can edit this flyer design in Microsoft Word (on both PC and Mac) and it can also be edited online through Google Docs. Hope you find it useful.



### Awesome Flyer Design

Please first read our "Important Notes" document attached in the download package.

If you find this flyer template perfect for your marketing then please spread the word and appreciate us by sharing these awesome and free templates with others as much as you can so that other people will also take benefits of our free great resources.

Our templates usually consist of dummy text throughout the document so before you finally use your work for advertising, make sure there remains **no placeholder text** in the template. The layout, design, formatting, typography – just everything has already been designed in this flyer and this is for your **Personal Use Only**.

### Company Core Values

- On the Insert tab, the galleries include items that are designed to coordinate with the overall look of your document.
- On the Insert tab, the galleries include items that are designed to coordinate with the overall look of your document.
- On the Insert tab, the galleries include items that are designed to coordinate with the overall look of your document.

### Our Product Features



Even if you are not very good with Graphics Designing, still by using this template, you can prepare a simple yet professional Leaflet Design in Word. You will definitely not find such an easy to use flyer template anywhere else for free, especially in editable Microsoft Word format.



We have included every necessary thing in this Free Leaflet Design. However, feel free to use, edit or modify this template in any way you want it to look.

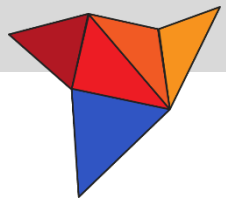
### Key Points for Product

1. You can easily change the formatting of selected text in the document text by choosing a look for the...
2. You can easily change the formatting of selected text in the document text by choosing...
3. Look for the selected text from the Quick Styles gallery on the Home tab...

LOGO HERE

+ (00) 0123-456-789 @ admin@usedtotech.com https://usedtotech.com





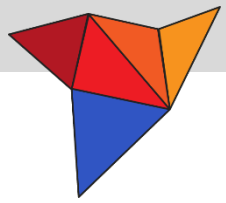
**PROFESSIONAL CLEANING SERVICE**

**ABOUT US**

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tatione ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit.

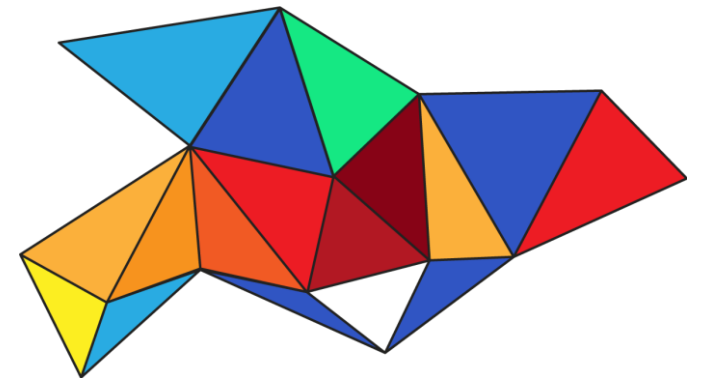
HOUSE CLEANING	OFFICE CLEANING	APARTMENT CLEANING
<ul style="list-style-type: none"><li>• Lorem ipsum</li><li>• Lorem ipsum dolor</li><li>• Lorem ipsum dolor sit</li><li>• Lorem ipsum dolor sit dolor sit</li><li>• Lorem ipsum dolor sit dolor sit</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lorem ipsum</li><li>• Lorem ipsum dolor</li><li>• Lorem ipsum dolor sit</li><li>• Lorem ipsum dolor sit dolor sit</li><li>• Lorem ipsum dolor sit dolor sit</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lorem ipsum</li><li>• Lorem ipsum dolor</li><li>• Lorem ipsum dolor sit</li><li>• Lorem ipsum dolor sit dolor sit</li><li>• Lorem ipsum dolor sit dolor sit</li></ul>

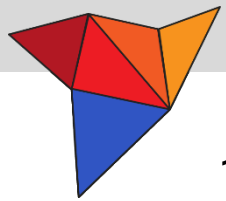
Call Today 0409 487 327  
Email: info@tmeearthworks.com.au



## 2. ЕТАПИ РОЗРОБКИ ДИЗАЙНУ ДРУКОВАНИХ ВИДАНЬ

---

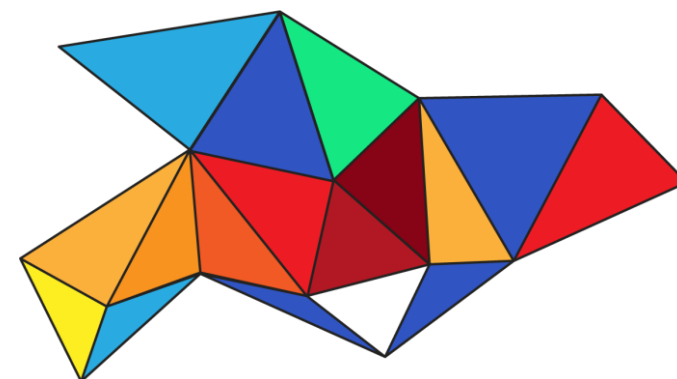


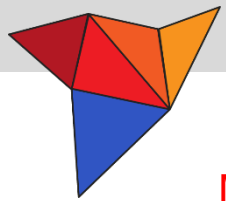


1. Формування загальної ідеї дизайну видання (зокрема вибір стильового напрямку)
2. Вибір базових параметрів:
  - формату видання
  - пропорцій смуги набору, розмірів полів ✓
  - шрифтів (гарнітури, кегль – для різних типів тексту) ✓
  - інтерліньяжу (120-150%) ✓
3. Побудова **модульної сітки** ▶
4. Вибір параметрів оформлення текстових блоків:
  - виключки ▶
  - абзацного відступу ▶
  - системи виділень
5. Вибір способів верстки заголовків ▶
6. Вибір способів верстки ілюстрацій ▶
7. Вибір колірної оформлення
8. Оформлення колонтитулів та колонцифр
9. Розміщення декоративних елементів (лінійок, рамок, буквиць, плашок) ▶
10. Створення макета видання

### 3. МОДУЛЬНА СІТКА

---





**МОДУЛЬНА СІТКА** – це візуальна структура макета видання, яка формується кількістю і шириною колонок, величиною полів, колонтитулами та іншими елементами макета, пов'язаними між собою пропорційними відносинами.

Це свого роду каркас, який надалі заповнюється текстовим і графічним матеріалом.

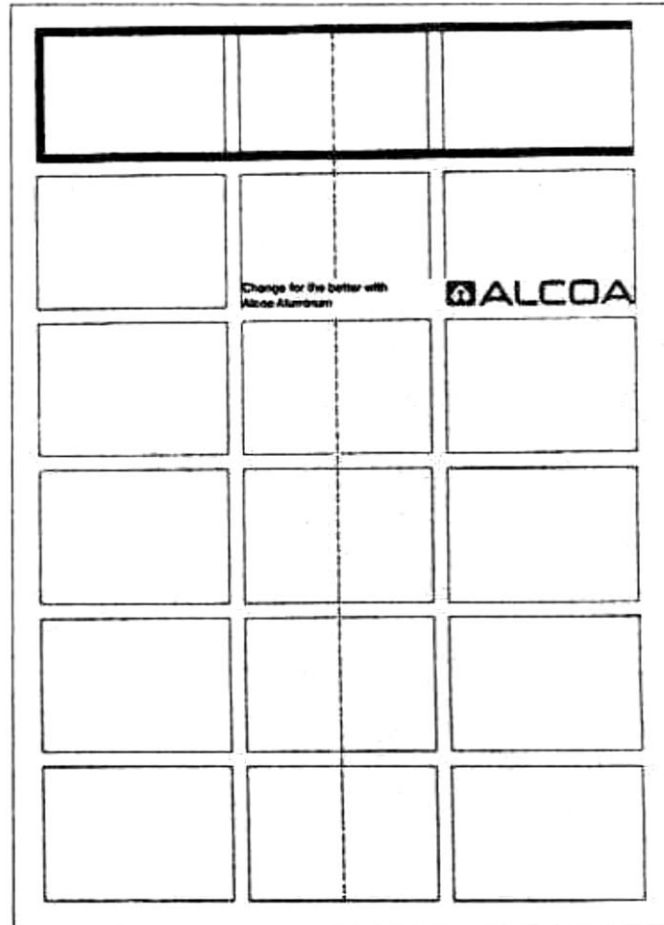
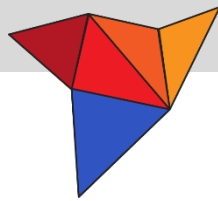
Види сітки:

- жорстка
- гнучка

Засоби забезпечення цілісності та зрозумілості композиції сторінки:

- зонування сторінки
- ієрархія інформації
- модульна сітка





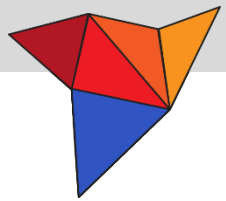
**Naturally,  
this roof doesn't need  
aluminum coating.**

A shell does an adequate roofing job for an armadillo. But aluminum coatings with pure Alcoa pigments are a natural for any other roofing need. They waterproof, emulate "slip" right for squeak, reflect the sun's rays and seal the surface tight. And they don't crack in winter or sag in summer.

Alcoa doesn't make roof coatings—but supplies pigments to the coating roof coating manufacturers. For more information on aluminum pigmented roof coatings, write Aluminum Company of America, 601 E. Alcoa Building, Pittsburgh, Pa. 15219—unless you're an armadillo.

Change for the better with  
Alcoa Aluminum





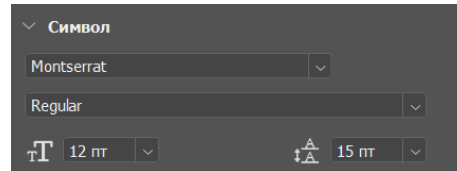
## 1. Задати формат, поля, кегль та інтерліньяж.

Приклад:

формат **A4** (297×210 мм),

верхнє поле = **20** мм,

кегель = **12** пт, інтерліньяж (**120%**) = **15** пт.



## 2. Перейти на вимірювання у міліметрах:

**1 пункт ≈ 0,3514 мм.**

Приклад:

висота рядка: **15** пт ≈ **5,26** мм.

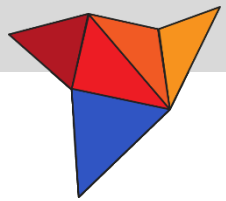
## 3. Розрахувати кількість рядків на сторінці:

висоту смуги набору поділити на висоту рядка.

Приклад:  $(297-20-20)/5,26 \approx 49$  (рядків).

рядок 1
рядок 2
рядок 3
рядок 4
рядок 5
рядок 6
рядок 7
рядок 8
рядок 9
рядок 10
рядок 11
рядок 12
рядок 13
рядок 14
рядок 15
рядок 16
рядок 17
рядок 18
рядок 19
рядок 20
рядок 21
рядок 22
рядок 23
рядок 24
рядок 25
рядок 26
рядок 27
рядок 28
рядок 29
рядок 30
рядок 31
рядок 32
рядок 33
рядок 34
рядок 35
рядок 36
рядок 37
рядок 38
рядок 39
рядок 40
рядок 41
рядок 42
рядок 43
рядок 44
рядок 45
рядок 46
рядок 47
рядок 48
рядок 49





## 4. Задати висоту проміжку між модулями.

Приклад: зробимо проміжок висотою в один рядок.

## 5. Розділити сторінку на модулі.

Приклад:

Зробимо 5 модулів по вертикалі.

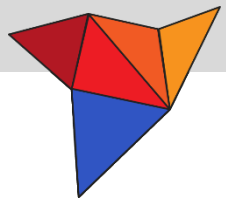
Між модулями буде 4 проміжки.

Кількість рядків у модулі:  $(49 - 4) / 5 = 9$  (рядків).

Висота модуля:  $9 * 5,26 \text{ мм} = 47,34 \text{ мм}$

Нижнє поле:  $297 - 5 * 47,34 - 4 * 15 - 20 = 19,7 \text{ (мм)}$

рядок 1		
рядок 2		
рядок 3		
рядок 4		
рядок 5		
рядок 6		
рядок 7		
рядок 8		
рядок 9		
рядок 10		
рядок 11		
рядок 12		
рядок 13		
рядок 14		
рядок 15		
рядок 16		
рядок 17		
рядок 18		
рядок 19		
рядок 20		
рядок 21		
рядок 22		
рядок 23		
рядок 24		
рядок 25		
рядок 26		
рядок 27		
рядок 28		
рядок 29		
рядок 30		
рядок 31		
рядок 32		
рядок 33		
рядок 34		
рядок 35		
рядок 36		
рядок 37		
рядок 38		
рядок 39		
рядок 40		
рядок 41		
рядок 42		
рядок 43		
рядок 44		
рядок 45		
рядок 46		
рядок 47		
рядок 48		
рядок 49		



## 4. Задати висоту проміжку між модулями.

Приклад: зробимо проміжок висотою в один рядок.

## 5. Розділити сторінку на модулі.

Приклад:

Зробимо 5 модулів по вертикалі.

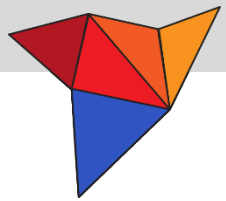
Між модулями буде 4 проміжки.

Кількість рядків у модулі:  $(49 - 4) / 5 = 9$  (рядків).

Висота модуля:  $9 * 5,26 \text{ мм} = 47,34 \text{ мм}$

Нижнє поле:  $297 - 5 * 47,34 - 4 * 15 - 20 = 19,7 \text{ (мм)}$

рядок 1	
рядок 2	
рядок 3	
рядок 4	
рядок 5	
рядок 6	
рядок 7	
рядок 8	
рядок 9	
рядок 10	
рядок 11	
рядок 12	
рядок 13	
рядок 14	
рядок 15	
рядок 16	
рядок 17	
рядок 18	
рядок 19	
рядок 20	
рядок 21	
рядок 22	
рядок 23	
рядок 24	
рядок 25	
рядок 26	
рядок 27	
рядок 28	
рядок 29	
рядок 30	
рядок 31	
рядок 32	
рядок 33	
рядок 34	
рядок 35	
рядок 36	
рядок 37	
рядок 38	
рядок 39	
рядок 40	
рядок 41	
рядок 42	
рядок 43	
рядок 44	
рядок 45	
рядок 46	
рядок 47	
рядок 48	
рядок 49	



## 4. Задати висоту проміжку між модулями.

Приклад: зробимо проміжок висотою в один рядок.

## 5. Розділити сторінку на модулі.

Приклад:

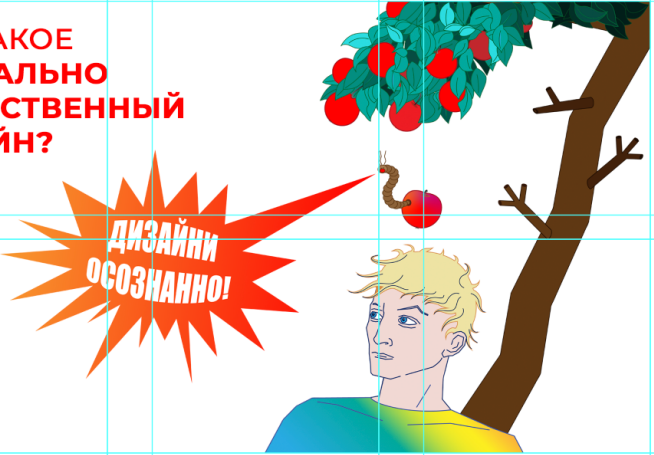
Зробимо 5 модулів по вертикалі.

Між модулями буде 4 проміжки.

Кількість рядків у модулі:  $(49 - 4) / 5 = 9$  (рядків).

Висота модуля:  $9 * 5,26 \text{ мм} = 47,34 \text{ мм}$

Нижнє поле:  $297 - 5 * 47,34 - 4 * 15 - 20 = 19,7 \text{ (мм)}$



**ЧТО ТАКОЕ СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННЫЙ ДИЗАЙН?**

**СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННЫЙ ДИЗАЙН — ЭТО:**

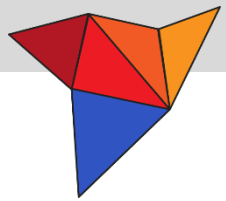
- дизайн, полезный для социума;
- дизайн, полезный для природы;
- дизайн, учитывающий интересы не только заказчика, но и других лиц, в т. ч. с ограниченными возможностями;
- дизайн...
- дизайн...

**НАПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ И ПОЛИГРАФИИ**

- социальная реклама;
- услуги для социально полезных организаций;
- эко-ответственная деятельность;
- разработка специализированной продукции для людей с ограниченными возможностями;
- ...
- ...

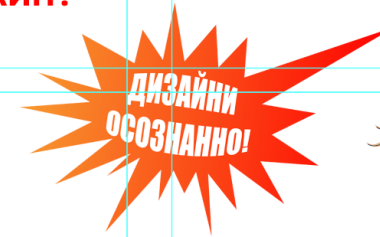
Исследования проблем социальной ответственности в графическом дизайне и полиграфии проводятся на кафедре компьютерных систем и технологий Харьковского национального экономического университета имени Семёна Кузнеця

Адрес:  
Тел.:



	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	<b>По веритикали</b>								
2	4 модуля				5 модулей				
3									
4	20				20				
5	57,86	<b>57,86</b>	77,86		47,34	<b>47,34</b>	67,34		
6	5,26	5,26	83,12		5,26	5,26	72,6		
7		<b>57,86</b>	140,98			<b>47,34</b>	119,94		
8		5,26	146,24			5,26	125,2		
9		<b>57,86</b>	204,1			<b>47,34</b>	172,54		
10		5,26	209,36			5,26	177,8		
11		<b>57,86</b>	267,22			<b>47,34</b>	225,14		
12		29,78	297			5,26	230,4		
13						<b>47,34</b>	277,74		
14						19,26	297		
15									
16									
17									
18	<b>По горизонтали</b>								
19		20	50	10	50	10	50	20	210
20			70	80	130	140	190	210	
21									

## ЧТО ТАКОЕ СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННЫЙ ДИЗАЙН?



### СОЦИАЛЬНО ОТВЕТСТВЕННЫЙ ДИЗАЙН — ЭТО:

- дизайн, полезный для социума;
- дизайн, полезный для природы;
- дизайн, учитывающий интересы не только заказчика, но и других лиц, в т. ч. с ограниченными возможностями;
- дизайн...
- дизайн...

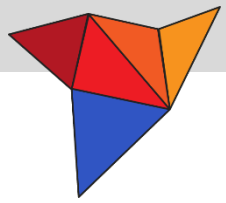
### НАПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ И ПОЛИГРАФИИ

- социальная реклама;
- услуги для социально полезных организаций;
- эко-ответственная деятельность;
- разработка специализированной продукции для людей с ограниченными возможностями;
- ...
- ...

Исследования проблем социальной ответственности в графическом дизайне и полиграфии проводятся на кафедре компьютерных систем и технологий Харьковского национального экономического университета имени Семёна Кузнеца

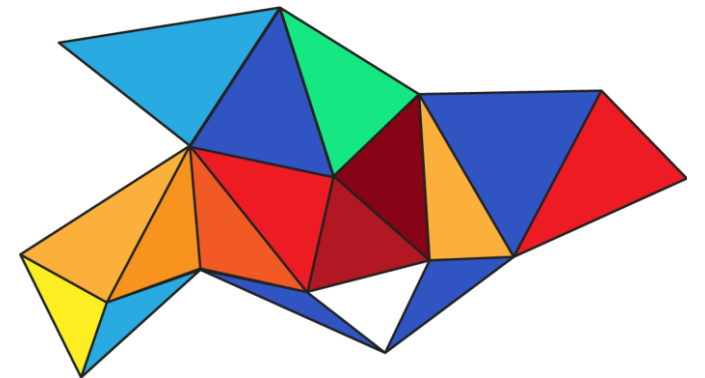
Адрес:  
Тел.:

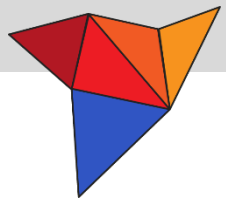




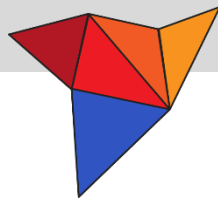
## 4. РІЗНІ СТИЛІ ВЕРСТКИ ТЕКСТУ

---





## 4.1. ВИКЛЮЧКА



Per la quale cosa principiai poscia ragionevolmente suspicare & credere peruenuto nella ualidissima Hercynia silua. Et quini altro non essere che latibuli de nocente fere, & cauernicole de noxii animali & de feiucite belue. Et percio cum maximo terriculo dubitaua, di essere fencia alcuna defensa, & fencia auerme dilaniato da fetolo & dentato Apro, Quale Charidemo, ouero da furente, & famato Vro, Ouero da sibillante terpe & da fremendi lupi incurfanti miseramente dimembrabondo larcare ue desse le carne mie. Dicio dubitido il pagurito, lui pro possi (damnata qua lun que pigrodine) piu non dimorare, & de trouare exito & euadere gli oc correnti pericoli, & de sollicitare gli gia sospesi & disordinati passi, spesse fiare negli radiconi da terra sco per uespitido, de qui, & de li perugabon do errante hora ad lato dextro, & mo al sinistro, tal hora retrogrado, & tal fiata antrigado, infcio & ouenon sapendo meare, peruenuto in Salto & dumeto & senticoso loco tutto gran fiato dalle frasche, & da spinosi prunuli, & da lintractabile fructo la faccia offensa. Et per gli mucronati cardeti, & altri spini lacerata la toga & ritinuta impediua pignitendo la tentata fuga. Oltre questo non uedendo delle amastreuole pedate indicio alcuno, ne tritulo di femita, non mediocrement diffuso & dubioso, piu sollicitamente acceleraua. Si che per gli celeri passi, si per el meridionale arto quale per el moto corporale facto calido, tutto de sudore humefacto el

fredo

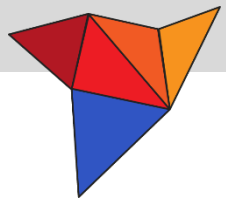
fredo pecto bagnai. Non sapendo hogi mai che me fare, folamente ad terribili pensieri ligata & insenta tegnuua lamente mia. Et cusi alla fine, alle mie sospirante uoce Sola Echo della uoce amula nouissima offeriuase rispouisa. Disperdando gli risonanti sospiri, cum il cicicare della manate rauco della roscida Aurora, & cum gli stridali Grylli. Finalmente in questo scabroso & inuio bosco. Solamente della Pietosa Ariadne cretea desideraua el soccorfo. Quando che essa per occidere el fratello nostro conscia, el maestreuole & ductrice filo ad lo inganeuole Theleo porgette, per fora uscire del discolo labyrintho. Et io el simigliante per uscire della obfcura Silua.

POLIPHILLO TEMENDO EL PERICVLO DEL SCVRO BOSCO AL DJESPITER FECE ORATIONE, VSCITTE FORA ANXIOSO ET SITIBONDO, ET VOLENDO DI AQUA RISTORARSE, ODE VNO SVAVE CANTARE. ELQVALE LVI SEQVENDO, REFVTATE LAQVE, IN MAGIOR ANXIETATE PER VENE.

**P**FFVSCARE GIA PRINCIPIATO HAVENDO el mio intellecto, de non potere cognoscere, & nubilare gli sentimenti, quale optione elgere douesse, ouer la odibile morte o ppetere, ouero nellombri fetoro & opaco luco nitante sperare salute. Indi & quindi discorrendo, dana intenta opera ad tutte mie forcie & conati de uscire. Nel quale quanto piu che perugando penetraua, tanto piu obfcu riuua. Et gia de grande pausore inualido deuenuto, folamente dalcuna parte dubitando expectaua, che qualche fauillissima fera impetente incominciasse adenormare. Ouero in premeditazamete cespitando cacuciente, cadere in abyssosa fossura & scrobe, ouero i qualche uasto hiato di terra precipitare. Et hogi mai la fastidiosa uita determinare simile ad Amphiarao & Curzio absorpto dalla uo ragine mephitica terrestre, & cadere da magio realitudine, che non fece el necorde Pyreneo. Per questo modo quasi senza speranza lamente dogni parte conturbaua, pur fencia lege uagante & deuio exito tentando. Onde piu tremulo, che nel mustulento Autumno le mobile foglie ad gli fureti Aquili fencia il uirore & fencia el fuchioso pondo del suo humore, tra me cusi orante diceua. O Diespiter Maximo, O primo, & Omnipotente, & Opitulo. Si dalli diuini suffragi la hu-

a iiii





Collaboration between the constructor and industrial designer resulted in a change in the geometry of the lock compared to the first draft, and the lock has been profiled, partly for reasons of strength and partly for aesthetic reasons, because it makes the lock slimmer.

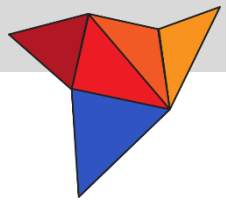
### *Typewriter Setting Machines*

Photographic papers and films can be used with special "strike-on" machines. An exchangeable type head allows the production of different typefaces and sizes and a serious attempt was made to copy printers' typefaces and provide facilities for typographical design.

At first a second keyboarding was required for justified setting (IBM Composer 72).

A further development, the IBM Composer 82, has a computer memory and can therefore justify lines automatically.

With the IBM-MC Composer, texts and instructions are stored on magnetic cards for immediate or subsequent output. The stored information can be corrected, edited and divided at will.



**Zumtobel Holding  
Aktiengesellschaft, Dornbirn  
NOTES ON THE  
CONSOLIDATED BALANCE  
SHEET**

at April 30, 1992

**Principles of consolidation**

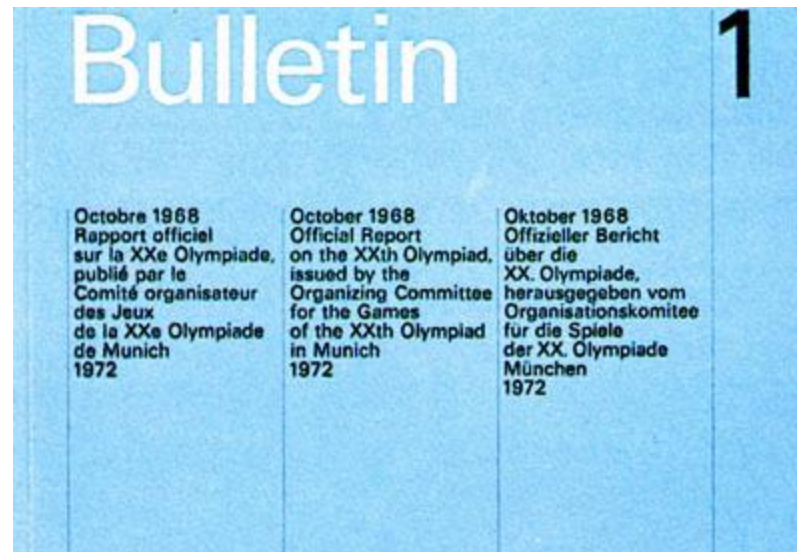
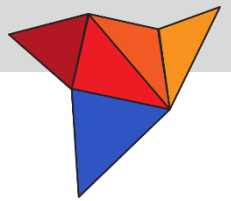
The Zumtobel Holding AG of Dornbirn drew up a consolidated opening balance sheet at 1 May 1991 in accordance with the accounting principles set forth in §§244ff HGB (Austrian Commercial Code). The consolidation group for the above financial statements comprises all companies in which Zumtobel Holding AG of Dornbirn has a direct or indirect interest of more than 50 percent. In fact they are all 100 percent holdings. There has been no change in the composition of the consolidated group compared with the consolidated opening balance sheet per May 1, 1991. All the companies included in the consolidated financial statements have employed the same balance sheet day as the parent company. The consolidated financial statements have been prepared in accordance with the book

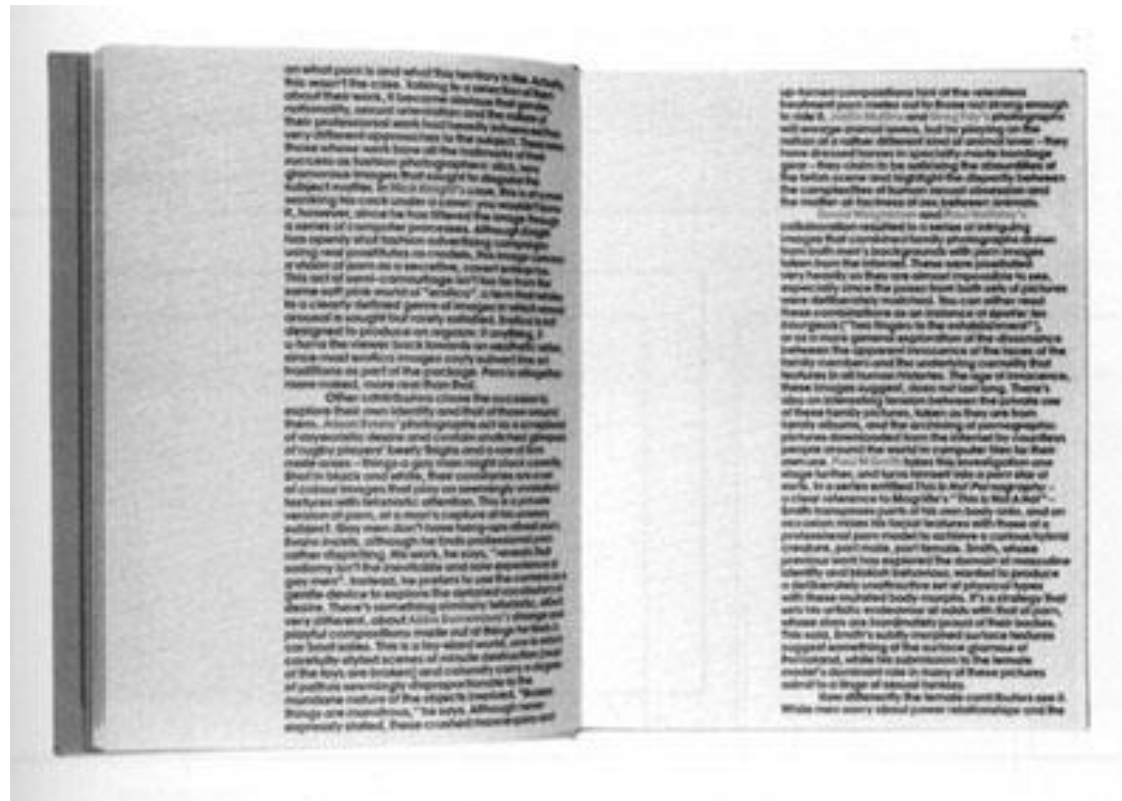
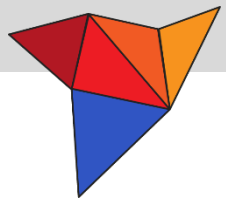
**Principles of accounting and valuation**

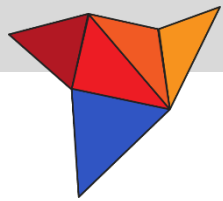
The financial statements of the companies included in the consolidated financial statement have been drawn up on the basis of uniform principles of accounting and valuation. Valuation of fixed assets is effected at cost of acquisition or production less accumulated depreciation. Fixed assets are depreciated for the expected useful life of the type of assets involved. Depreciation is calculated on a straight-line basis employing the following depreciation rates:

Residential properties	3.33%
Commercial properties	4%, 5%
Plant and equipment	25%
Vehicles	25%
DP rights of use	25%

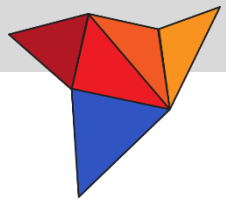
Investments held as fixed assets are capitalized at the cost of acquisition or at market value on the balance sheet date where lower. For inventory valuation, the lower of cost or market principle is rigidly applied, using average prices or production costs in most cases. Interest on current liabilities is not capitalized. Accounts receivable are valued at sales value net of taxes. Adequate allowance



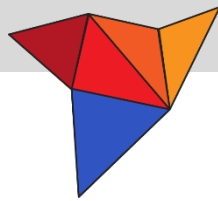




Gesprächs- und Verhandlungsführung II	Werkstattwoche
<p><b>Rhetorik</b></p> <p>Der Gütes und rede darüber, ist eine Devise waschlicher Lebensart. Wettbewerb und das Prinzip der freien Vertragspartnerwahl führen im Wirtschaftsleben dazu, die individuelle Leistung hervorzuheben und gezielt darzustellen. Im beruflichen Alltag gehören rhetorische Fähigkeiten und ein situationsangemessenes Argumentationsverhalten längst zur Basisqualifikation von Designerinnen und Designern. Denn nicht immer bekommt Recht, wer Recht hat. Häufig setzt sich im Geschäftsleben derjenige durch, der über geschicktere Gesprächs- und Verhandlungsfähigkeiten verfügt. Im Seminar wird das sprachliche Durchsetzungsvermögen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer reflektiert und durch gezielte Übungen erweitert. Techniken der Argumentation und Rhetorik werden vorgestellt und anhand beruflich-relevanter Problemsituationen eingeübt. Designerinnen und Designer, die am Seminar "Gesprächs- und Verhandlungsführung I" teilgenommen haben, können mit diesem Training ihre rhetorischen Fähigkeiten und Kenntnisse vertiefen.</p> <p>Termin: 3., 4. und 5. Dezember 1992</p> <p>Teilnahmegebühr: 240,- DM, incl. MwSt.</p>	<p><b>Wieviele Design braucht ein Designer?</b></p> <p>Der Mensch wirkt wie er wirkt. Und diese Wirkung nach außen und auf andere sagt etwas über sein Wesen und seine innere Einstellung aus. Auch soziale Institutionen und Unternehmen vermitteln durch die Art und Weise, wie sie nach außen wirksam sind, ein Bild über das Innere über ihre Leistungen, ihren Erfolg, ihre Einstellung zu Mitarbeitern und Kunden. Sie versuchen deshalb ihre Wirkungen bewusst zu gestalten und zu vereinheitlichen. Designerinnen und Designer sind dabei die Experten für die Entwicklung visueller Erscheinungsformen. Wie Designerinnen und Designer ihr eigenes Erscheinungsbild gestalten ist Thema dieser Werkstattwoche. "Brief &amp; Siegel" und die Frage, welche Objekte zu einer angemessenen Geschäftsausstattung für Designerinnen und Designer gehören, werden uns im Rahmen der Werkstattwoche beschäftigen. Anhand der vorhandenen Geschäftsausstattungen wird geprüft, wie die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sich und ihr Leistungsprofil gegenüber Dritten darstellen, wie das gestaltete Material auf einen externen Betrachter wirkt, wo Differenzen zwischen der Selbst- und der Fremdwahrnehmung liegen und ob das visuelle Erscheinungsbild offen für neue berufliche Entwicklung ist. Während einer anschließenden Entwurfsphase können die Resultate und Anregungen dann in konkrete Gestaltungsentwürfe übersetzt und deren visuelle Aussagekraft erneut überprüft werden.</p> <p>Termin: 7. bis 11. Dezember 1992</p> <p>Teilnahmegebühr: 390,- DM, incl. MwSt.</p>



## 4.2. АБЗАЦНИЙ ВІДСТУП



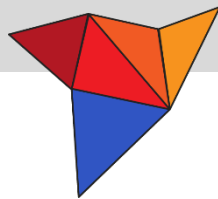
Per la quale cosa principiai poscia ragionevolmente suspicare & credere peruenuto nella ualidissima Hercynia silua. Et quini altro non essere che latibuli de nocente fere, & cauernicole de noxii animali & de feiucite belue. Et percio cum maximo terriculo dubitaua, di essere fencia alcuna defensa, & fencia auerme dilaniato da fetoso & dentato Apro, Quale Charidemo, ouero da furente, & famato Vro, Ouero da sibillante terpe & da fremendi lupi incurfanti miseramente dimembrabondo larcare ue desse le carne mie. Dicio dubitido il pagurito, lui pro possi (damnata quam que pigrodine) piu non dimorare, & de trouare exito & euadere gli occorrenti pericoli, & de sollicitare gli gia sospesi & disordinati passi, spesse fiare negli radiconi da terra sco per uespitido, de qui, & de li perugabondo errante, hora ad lato dextro, & mo al sinistro, tal hora retrogrado, & tal fiata antigrado, infcio & oue non sapendo meare, peruenuto in Salto & dumeto & senticoso loco tutto granfiato dalle frasche, & da spinosi prunuli, & da lintractabile fructo la faccia offensa. Et per gli mucronati cardeti, & altri spini lacerata la toga & ritinuta impediua pignitendo la tentata fuga. Oltra questo non uedendo delle amastreuole pedate indicio alcuno, ne tritulo di femita, non mediocrement diffuso & dubioso, piu sollicitamente acceleraua. Si che per gli celeri passi, si per el meridionale ardo quale per el moto corporale facto calido, tutto de sudore humefacto el

fredo

fredo pecto bagnai. Non sapendo hogi mai che me fare, solamente ad terribili pensieri ligata & inuenta tegnuua lamente mia. Et cusi alla fine, alle mie sospirante uoce Sola Echo della uoce amula nouissima offeriuale rispouisa. Disperdando gli risonanti sospiri, cum il cicicare della manate rauco della roscida Aurora, & cum gli stridali Grylli. Finalmente in questo scabroso & inuio bosco. Solamente della Pietosa Ariadne cretea desideraua el soccorfo. Quando che essa per occidere el fratello nostro conscia, el maestreuole & ductrice filo ad lo inganeuole Theleo porgette, per fora uscite del discolo labyrintho. Et io el simigliante per uscite della obfcura Silua.

POLIPHILLO TEMENDO EL PERICVLO DEL SCVRO BOSCO AL DIESPITER FECE ORATIONE, VSCITTE FORA ANXIOSO ET SITIBONDO, ET VOLENDO DI AQUA RISTORARSE, ODE VNO SVAVE CANTARE. ELQVALE LVI SEQVENDO, REFVTATE LAQVE, IN MAGIOR ANXIETATE PER VENE.

**Q**FFVSCARE GIA PRINCIPIATO HAVENDO el mio intellecto, de non potere cognoscere, & nubilare gli sentimenti, quale optione eligere douesse, ouer la odibile morte o ppetere, ouero nellombrieto & opaco luco nuttante sperare salute. In di & quindi discorrendo, daua intenta opera ad tutte mie forcie & conati de uscite. Nel quale quanto piu che perugando penetraua, tanto piu obfcu riuua. Et gia de grande paoure inualido deuenuto, solamente dalcuna parte dubitando expectaua, che qualche fauillissima fera impetente incominciasse adenormare. Ouero in premeditazamete cespitando cacuciente, cadere in abyssosa fossura & scrobe, ouero i qualche uasto hiato di terra precipitare. Et hogi mai la fastidiosa uita determinare simile ad Amphiarao & Curtio absorpto dalla uo ragine mephitica terrestre, & cadere da magio realitudine, che non fece el necorde Pyreneo. Per questo modo quasi senza speranza lamente dogni parte conturbaua, pur fencia lege uagante & deuio exito tentando. Onde piu tremulo, che nel mustulento Autumno le mobile foglie ad gli fureti Aquili fencia il uiore & fencia el fuchioso pondo del suo humore, tra me cusi orante diceua. O Diespiter Maximo, O primo, & Omnipotente, & Opitulo. Si dalli diuini suffragi la hu-



В отличие от других усадебных дворцов XVIII в. главное и центральное место в Останкинском дворце занимает большой театральный зал с обширной сценой. Во время балов он мог благодаря разборным конструкциям полов, сцены и двигающимся колоннам быстро превращаться в зал для танцев.

В боковых флигелях расположены так называемые Итальянский и Египетский залы – приемная и концертный зал. Богато отделанные, они представляют собой изумительную по красоте анфиладу. Жилые и хозяйственные помещения размещены в пристройках.

Останкинский крепостной театр вписал славную страницу в историю русского театра<sup>19</sup>. Здесь играла знаменитая талантливая актриса Прасковья Ивановна Жемчугова-Ковалева (графиня Шереметева). Многие артистов Шереметевы писывали из курской слободы Борисовки, принадлежавшей их роду. Декорации для спектаклей исполняли по рисункам Пьетро Гонзага крепостные художники: Григорий Мухин, Кондратий Фунтусов и Семен Семенов.

Одни и те же актеры играли и в балете и в опере. Особенно прославилась опера «Самнитские браки», в одной из сцен которой в колеснице, украшенная шереметевскими фамильными бриллиантами, появлялась Прасковья Ивановна. Автором переводов некоторых пьес и их постановщиком был останкинский библиотекарь Василий Вроблевский.

Парк, разбитый по проекту А.Миронова, состоял из двух частей – регулярной и пейзажной: от дворца, через украшенный статуями партер, шла прямая ал-

лея, впадающая в Десну, и имела причудливую форму. По дамбе плотины проходит дорога к усадьбе.

По сторонам дома стоят два флигеля: один – возвышается над зеркальной поверхностью пруда, другой – смотрит в живописный сад. Флигели соединены с главным домом двумя крытыми колоннадами, идущими в одну линию с домом.

В парке было посажено несколько липовых аллей. Впоследствии березовая аллея была названа А.С.Пушкиным Карамзинской, а главная – Русским Парнасом.

Родственник Вяземских писатель Н.М.Карамзин работал в Остафьеве над своим многотомным трудом «История Государства Российского».

Для встречи с Карамзиным сюда приезжали В.А.Жуковский, А.И.Тургенев, А.И.Мусин-Пушкин, В.Л.Пушкин, К.Н.Батюшков и другие.

В 1812 г. в окрестностях усадьбы не раз происходили военные столкновения между наполеоновскими и казачьими разрядами. В одной из галерей дома долгое время хранились две пушки времен Отечественной войны.

К поэту П.А.Вяземскому в Остафьево приезжали А.С.Пушкин, В.К.Кюхельбекер, А.С.Грибоедов, Н.В.Гоголь, А.Михайлов и многие другие. В 1830 и 1831 гг. Пушкин бывал здесь вместе с Денисом Давыдовым.

Долгие годы в усадьбе хранились ценнейшие реликвии. В Карамзинской комнате с полукруглым окном стоял стол, за которым писались «История Государства Российского» (ныне экспонируется в залах ГИМ). Возле него был помещен привезенный из Петербурга рабочий стол

следству от князя А.В.Урусова к генерал-майору Н.Н.Муравьеву, участнику Отечественной войны 1812 г., основателю школы офицеров Генерального штаба, так называемых колонновожатых. Из числа воспитанников этой школы вышли двадцать два декабриста, среди которых был и его сын Александр. А.Н.Муравьев был одним из создателей ранних декабристских организаций. Летом его товарищи, ученики школы, часто гостили в Остафьеве.

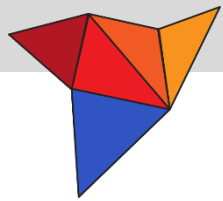
Сохранился план усадьбы, составленный по обмеру местности Н.Н.Муравьевым. Она была расположена в излучине реки Рузы. На левом берегу реки находилось основное ядро комплекса, на правом – «второстепенная» его часть.

Дорога на Волоколамск являлась центральной осью ансамбля – на ней стоял главный дом. Дороги – аллеи на Можайск и Рузу пересекались с ней под углом в 45°, образуя правильную фигуру в виде буквы Ж. Эти аллеи были обсажены деревьями и своим зеленым массивом отделяли усадьбу от села и полей.

Перед главным домом находился квадратный двор с четырьмя флигелями по углам; за флигелями симметрично располагались боковые дворы.

Кроме пейзажной части парк в Остафьеве имел регулярную часть. Справа от дома был разбит квадратный парк «Еловая роща». Он состоял из правильных прямоугольных боскетов (зеленых комнат). Основные из них имели собственные наименования, связанные с обитателями усадьбы и ее посетителями: «1. Баден-Баден Александра Муравьева. 2. Штутгарт Александра Мордвинова. 3. Штокгольм Николая Муравьева. 4. Петербург Ми-





направлено на осуждение раздоров и самовольства, на уговоры, чтобы князя были в согласии и в единстве.

Автор „Слова“, возможно, был дружинником князя Игоря, и он очень, по-видимому, любит князя и его семью, но он еще больше любит свою родину, Русь, и, восхваляя храбрость Игоря и Всеволода, упрекает их в самовольстве.

Это содержание „Слова“, но как все это написано! Я думаю, что трудно найти другое такое высокохудожественное произведение, особенно в древней литературе. Любовь к русским людям, любовь к родине и к родной природе делает для него [автора] все, чего он ни коснется, живым; каждый город, каждая местность, каждая река, и море, и солнце, и ветер, и звери, и птицы— словом, вся природа живет у него и не равнодушна к человеку, а либо любит его, либо враждебна, как поле, южные степи, земля незнаемая. И автор сам так горячо ко всему относится: чем-то гордится, чему-то радуется и многим печалится. Все это дает „Слову“ высокую поэтичность, и автор, создавая свою песнь, так замечательно пользуется древним русским языком, так он у него звучит, что никакие переводы не в состоянии передать всей словесной музыки „Слова о полку Игореве“.

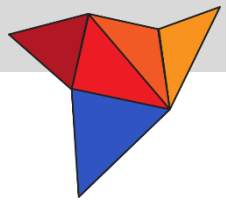
Я давно работаю над „Словом“. Эта книга, для которой я делал картинки, или, как говорится, иллюстрировал ее, — последняя моя работа.

Для того чтобы вникнуть в содержание „Слова“ и представить тогдашних людей и их одежду и вооружение, я должен был прочесть древнюю летопись, где тоже рассказывается о походе Игоря, но не песней и не в стихах.

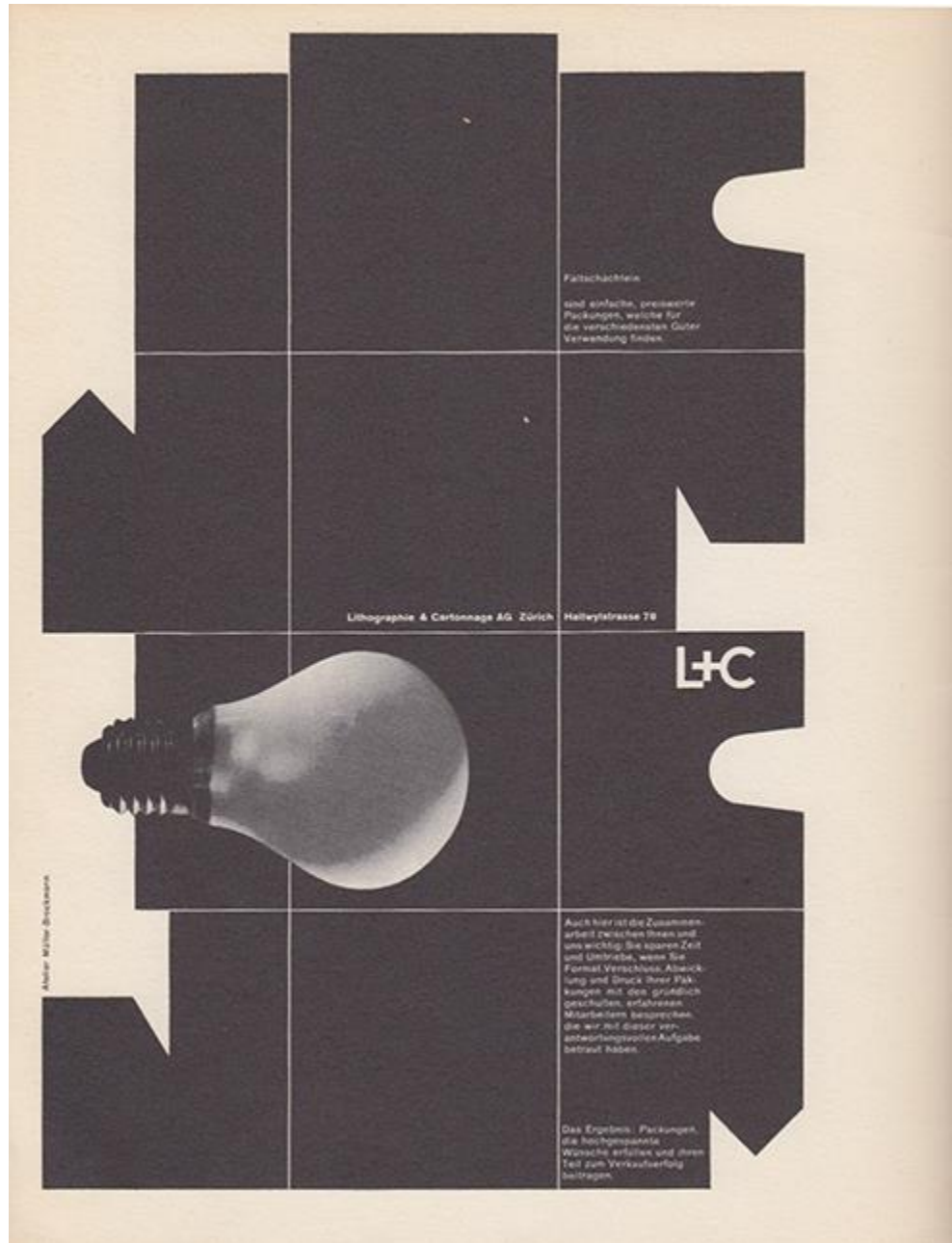
Затем я пошел в наш московский Исторический музей и стал смотреть там, что осталось от оружия и одежды и от быта. Там есть старинные мечи и модель червленого щита, он большой, красный, острым концом вниз и довольно тяжелый. Луки, стрелы и колчаны там несколько более поздние, но по ним можно представить, какие были тогда.

Тогда у нас был прямой длинный обоюдоострый меч, для защиты тела надевалась кольчуга, и в то время такие же были по всей Европе, но отличием у нас был шлем; на Западе в это время был [шлем], похожий на современный, с плоским верхом, а у нас—красивый островерхий, и, кроме того, наш всадник был обязательно с луком и стрелами и конь у него был легкий, степной, очень быстрый.

„Слово о полку Игореве“ звучит как песня; красота слов, складность повествования—все это я должен был передать в иллюстрациях, и в заглавных буквах, и в орнаментах—узорах, окружающих картинки. Я должен был для этого познакомиться с книжными орнаментами и красивыми буквами древних рукописей. Тогда книги еще не печатали, а писали от руки, и художник, ко-



# Модерністський абзацний відступ: 3. Нульовий



## Introduction

Josef Müller-Brockmann

The exhibition procures an insight into the working habits of several Swiss commercial artists who distinguish themselves through their objectivity and the austerity of their creative media. What they are striving for is a matter-of-fact tackling of the problem to be solved, the comprehension of which is to determine the creative media, rather than leaving its course to chances and whims.

The high standing of this graphic art is not only due to the open-minded attitude of the clients toward the advertising problems, it is above all the almost logical result of the intellectual sobriety, both in the understanding of the problem and in the correct use of the shaping media leading to its solution. Seldom does an intelligent client blind himself to this type of graphic art which actually makes his product the centre of the scheme. The fact that this scheme is modern in appearance is appraised positively and taken for granted accordingly, much in the same way that we avail ourselves of modern inventions in the technological and scientific fields for our own daily convenience.

Difficulties may arise with the client wherever and whenever the commercial artist, out of his own intellectual failure, is willing to resort to senseless and incoherent "modern" forms which are not apt to solve the problem and are likely to be rejected by the client out of sheer instinct and common sense.

This pseudo-modern graphic art indulging in "abstract" forms, scurrilous pictorial stunts and jokes which are in no topical coherence whatsoever with the advertising theme, unfortunately has subjected the commercial art trade to the criticism of certain circles which admonish it for lack of honesty and thoroughness. Trying to be artists in the first place, these commercial artists end up by achieving neither art nor commercial art. Mixing up the graphic art trade with fine arts merely bears evidence of a lack of intelligence and understanding of the essence of commercial art. Graphic art must not be self-intentional, it has to be the expedient of intentions. The advertising idea is to reveal itself clearly and prominently through the graphic media.

It is the job of the commercial artist to put these media to work as correctly as possible, according to his own intellectual and artistic judgement. If we succeed in doing so, that genuine "modernity" that is the only convincing one will emanate from our solution. And this solution will also be expressive from the artistic point of view. For the correct use of lettering, photography, design, color and form requires a good deal of artistic sensibility and executive ability.

A commercial artist, who by experience and intuition has acquired a personal affinity for the peculiarities of lettering types, the expressive possibilities of photography, the symbolizing effectiveness of a good design, the value and psychological expressiveness of color, the dependence of forms on space, will be anxious to avoid any non-sensical use of media in order to secure the full effect of his media. The modern commercial artist, as the architect, is in imperative need of intelligence, quick perceptivity, imagination, technical know-how and artistic sensibility in order to cope masterfully with the manifold requirements of his profession.

The commercial artist in Switzerland is not a specialist. He is quite naturally expected to design a signet, a letter head, a package, an advertisement, a poster today, and to compose the blueprint of an exhibition with all technical details tomorrow; to draw outdoor lettering, to paint murals, to assemble books and select photographs. Thus it is not surprising that the diversity of commitments has made the commercial artist's job one of the most highly demanded professions. Competition in this field has increased enormously in the last ten years. In Zurich (population 450,000), for example, there are nowadays more than 400 independent commercial artists in addition to countless advertising agents.

The four proposals for the design competition are all thoroughly prepared and professionally presented in drawings and prototypes.

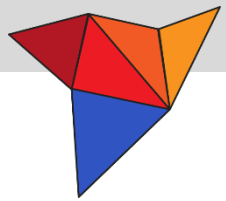
The four proposals are, however, also very different.

They thus fulfill one of the basic purposes with the competition, namely to analyse all the breadth of possibilities in the assignment.

None of the four proposals solve all the problems contained in the assignment. For example, none of the proposed woollen jackets for post carriers seems to be completely satisfactory.

With the competition, the Post Office has found a basic idea for its future design line and a direction for the coming development of new uniforms. The jury is of the opinion that the first-prize proposal can achieve all the objectives linked to the assignment after adaptation in collaboration with the designer.

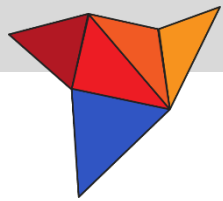
A design competition - with the formulation of a programme and with presentation of four completely different proposals - has also proved to be an



Headed by Dr. Serge Serov, the High Academic School of Graphic Design is a new educational institute in modern Russia. Academy of Graphic Design (an ICOGRADA member) and Moscow Art College of Applied Arts founded this academy.

Educational objective of this institute is to become absorbed in the process of contemporary design. The High Academic School of Graphic Design has been among the organizers of International Moscow Graphic Design Biennale-the Golden Bee- and other events in graphic design. Pioneer designers workshops have been the educational foundation of this school. Most of Moscow's prominent designers are instructors or consultants in this institute. Boris Trafimov, Erken Kagarov, Yuri Gulitov, Andrey Logvin, Vladimir Chaika, Yuri Surkov, Tagir Safaev, Eugeny Dobrovinsky and others.

We are aware of the significance of new generation in the matter of creativity and attempt to not only educate but also train our students. Academic education does not create visual culture. On the contrary, it pushes the old civilization to decay. In an effort to find new methods of style, we do not move ahead of our students but along with them. We follow the instincts of the new generation. For that reason the IGOGRA DA manifesto on design education is very close to our vision: "Design education more than ever must prepare students for change. In that regard, in an educational environment emphasis on teaching must be replaced by emphasis on learning. Such an environment allows students to experiment and develop their aptitude within and beyond the academic curriculums. The role of the design instructor, therefore, is not solely to release his design knowledge to students but he must motivate them and facilitate in their strife to become familiar with a more profound work."



De fire forslag til design-konkurrencen er alle gennemarbejdede og professionelle i deres præsentation i tegninger og prototyper.

De fire forslag er imidlertid også meget forskellige.

Dermed opfylder de et af de grundlæggende formål med konkurrencen, nemlig at belyse mulighederne i opgaven i hele deres bredde.

Ingen af de fire forslag løser samtlige de problemer, opgaven rummer. F eks forekommer ingen af de foreslåede uldjakker til postbude at være fuldt tilfredsstillende.

Postvæsenet har gennem konkurrencen fundet en grund-idé for sin fremtidige design-linie og en retning for den kommende udvikling af nye uniformer, og det er juryens vurdering, at første præmie forslaget med en bearbejdning i samarbejde med designeren vil kunne nå alle de mål, der knytter sig til opgaven.

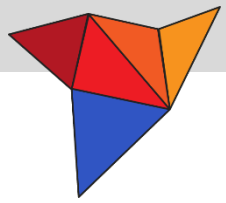
En design-konkurrence - med formuleringen af et program og med præsentation af fire vidt forskellige forslag - har også vist sig at være en

הספר רואה אור באדיבות  
מקס פלבסקי, לוס-אנג'לס  
חברט וייל, סטוקהולם

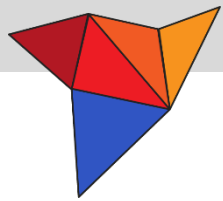
מחקר: שלומית שטיינברג  
עיצוב: דוד טרטקובר ואסנת הרצברג  
צילום: אבשלום אביטל, יפה גאון, רחל הירש, דוד חריס  
יעקב חרל"פ, פטר לני, מידד סוכובולסקי, נחום סלפק  
עופרית רוזנברג-בן-מנחם

הקלדה: יעל גולן  
הפקה: טרטקובר עיצוב גרפי  
הפרודות צבעים, לוחות והדפסה: דפוס קל, תל-אביב  
כריכה: מפעלי כתר בע"מ, ירושלים

הכרות לתערוכות המחלקה לעיצוב ולאדריכלות  
המופיעות בספר עוצבו בידי איזיקה גאון ומח' הפרסומים  
של מוזיאון ישראל, ירושלים, אלא אם צוין אחרת.

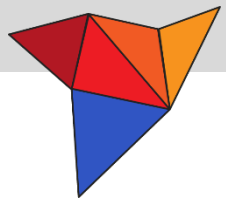


## 4.3. ЗАГОЛОВКИ



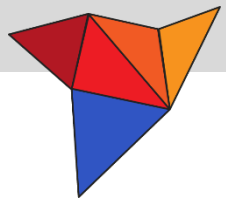
## Види заголовків

- ШАПКА – з нової сторінки, зверху, з відділенням від тексту відбиттям
- ЗІ СПУСКУ – з нової сторінки, після відбиття
- ВПІДВЕРСТКУ – безпосередньо над текстом, окремим рядком
- ВПІДБІР – безпосередньо у першому рядку тексту.  
Заголовки впідбір набирають шрифтом врозрядку, напівжирним, курсивом. Або навіть великими літерами, якщо інші прийоми вже використані у тексті
- ЛІХТАРИК (МАРГІНАЛІЯ) –  
заголовок , який розміщується на зовнішньому полі сторінки.  
Такий заголовок можна використовувати лише на широких зовнішніх полях.  
Найкраще ліхтарики виглядають за умови вирівнювання їх до краю тексту
- ФОРТОЧКА (КВАТИРКА) – заголовок, врізаний усередину перших кількох рядків тексту з лівого боку (на спеціально залишеному білому просторі)

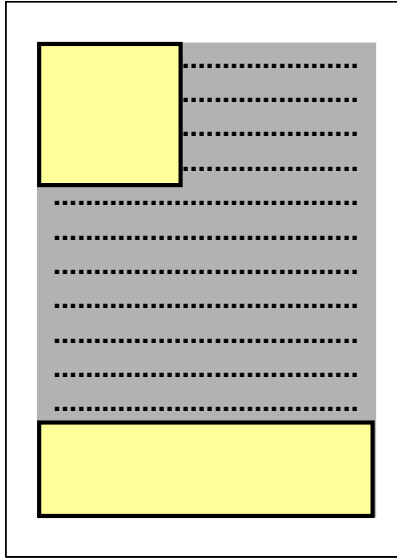


## 4.4. ІЛЮСТРАЦІЇ

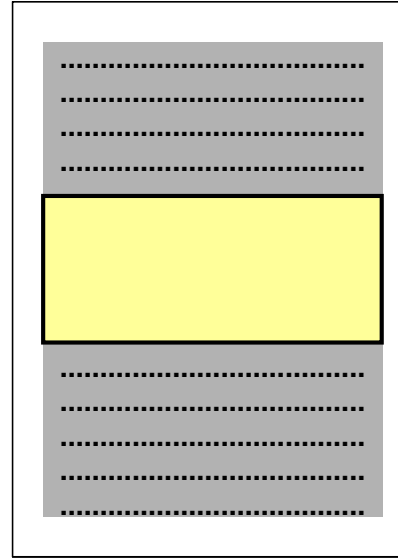




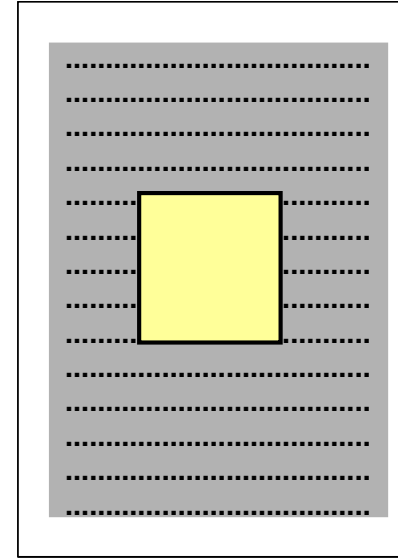
**відкрита**



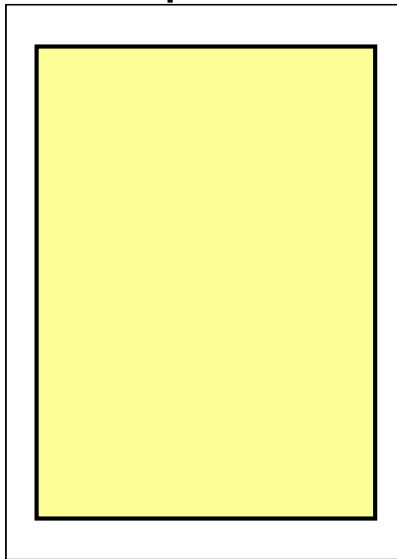
**закрита**



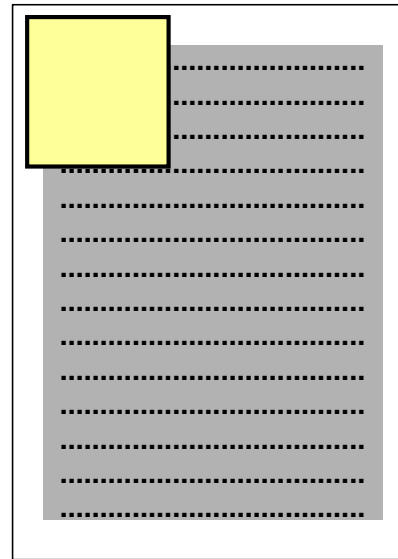
**глуха**



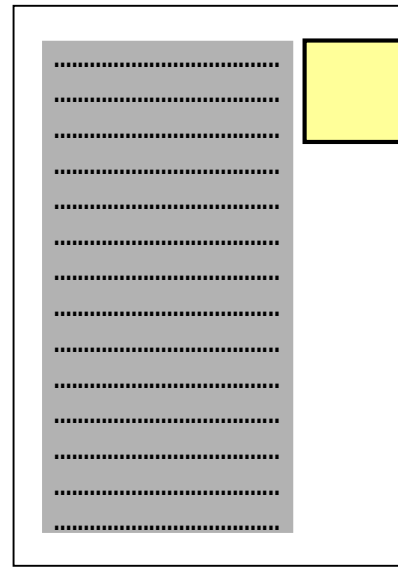
**сторінкова**

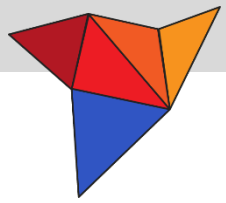


**з виходом на поля**



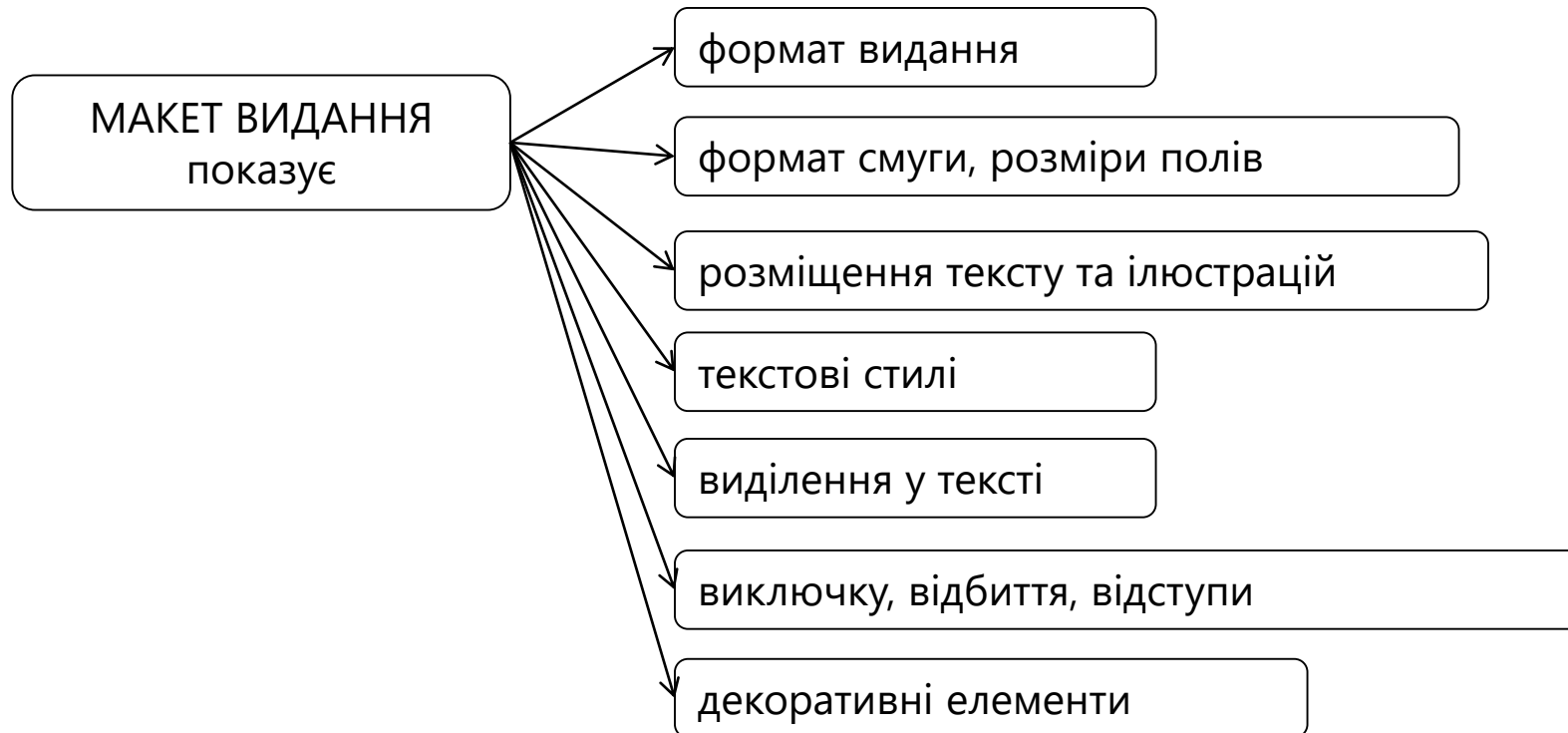
**на полях**

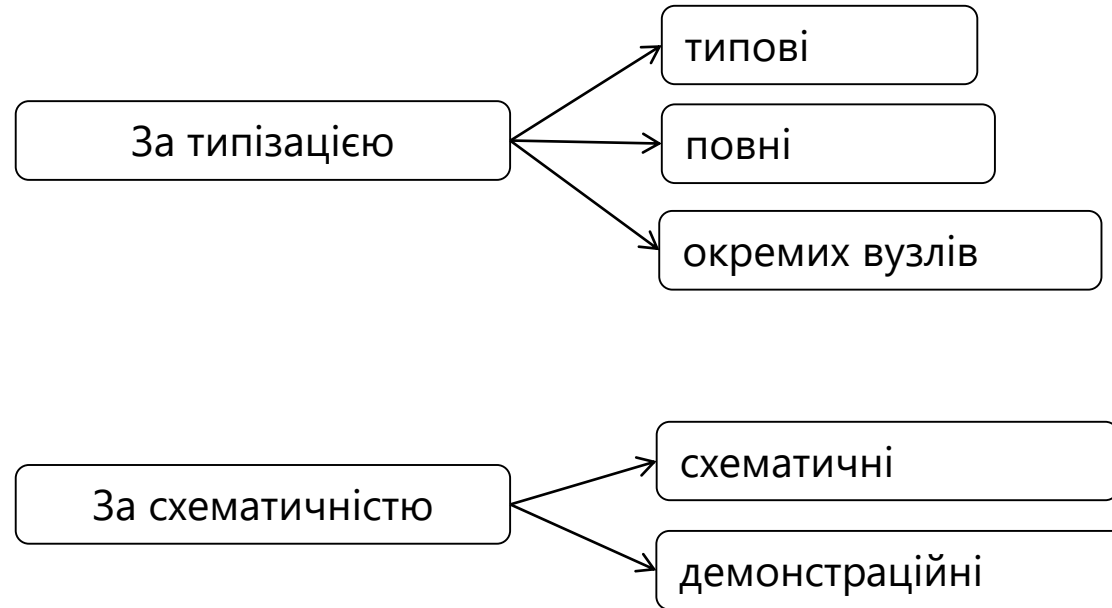


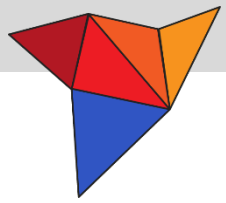


## 5. МАКЕТ ВИДАННЯ

**МАКЕТ ВИДАННЯ** – це проект майбутнього видання

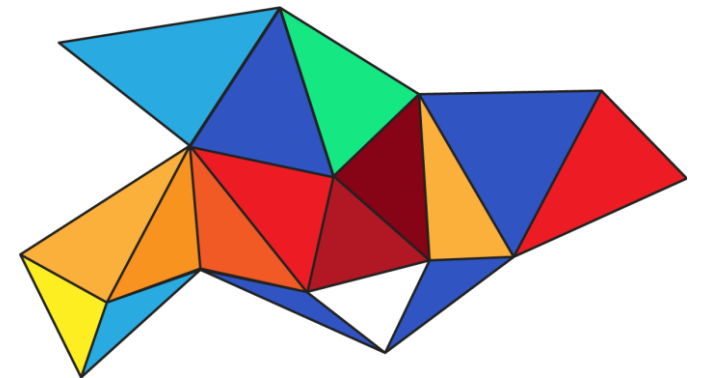


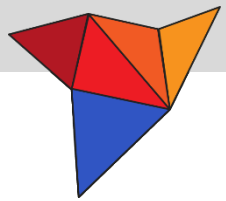




## 6 . ПОМИЛКИ ВЕРСТКИ

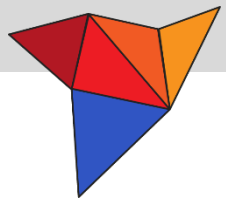
---





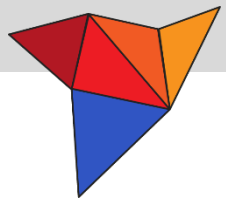
## Помилки верстки

- скупчення рядків із переносами
- великі інтервали між словами
- коридори
- висячі рядки
- неправильний поділ заголовка на рядки  
(прийменник потрібно переносити на новий рядок)



# ПРИКЛАДИ ЛИСТІВОК

---



THE  
BEST  
COMPANY

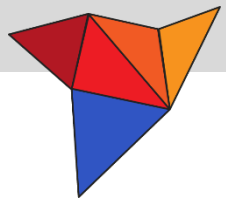
...  
...  
...  
...  
...

...  
...  
...  
...  
...

...  
...  
...  
...  
...

...  
...  
...  
...  
...





LOGO

Lorem  
Ipsum

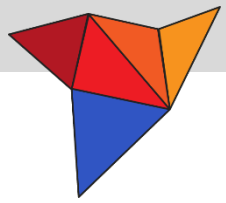
STAY  
HEALTHY

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took



WWW.YOURSITE.COM

CREATED BY VECTORPORTAL.COM



**COMPANY**  
LOGO HERE

# WE MAKE YOUR BUSINESS TO NEXT LEVEL

Lorem ipsum dolor amet consectetur adipiscing sed eiusmod incididunt.

We Help Business Grow Efficiently

Lorem ipsum dolor amet consectetur adipiscing sed eiusmod incididunt.

### OUR SERVICES

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis

- Business Development**  
Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing tempor incididunt labore dolore magna.
- Marketing Strategy**  
Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing tempor incididunt labore dolore magna.
- Client Management**  
Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing tempor incididunt labore dolore magna.

### WHY CHOOSE US?

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et

- ✓ Lorem Ipsum Dolor Sit Amet
- ✓ Lorem Ipsum Dolor Sit Amet
- ✓ Lorem Ipsum Dolor Sit
- ✓ Lorem Ipsum Dolor

### ABOUT US

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus.

FOR MORE DETAILS  
00-1234-5678

GET IN TOUCH  
Office streeth name here  
Office house name here  
Office website here

**COMPANY**  
LOGO HERE

# WE MAKE YOUR BUSINESS TO NEXT LEVEL

Lorem ipsum dolor amet consectetur adipiscing sed eiusmod incididunt.

We Help Business Grow Efficiently

Lorem ipsum dolor amet consectetur adipiscing sed eiusmod incididunt.

### OUR SERVICES

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis

- Business Development**  
Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing tempor incididunt labore dolore magna.
- Marketing Strategy**  
Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing tempor incididunt labore dolore magna.
- Client Management**  
Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing tempor incididunt labore dolore magna.

### WHY CHOOSE US?

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et

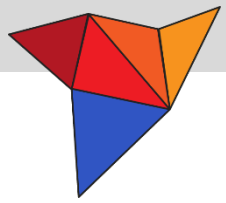
- ✓ Lorem Ipsum Dolor Sit Amet
- ✓ Lorem Ipsum Dolor Sit Amet
- ✓ Lorem Ipsum Dolor Sit
- ✓ Lorem Ipsum Dolor

### ABOUT US

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus.

FOR MORE DETAILS  
00-1234-5678

GET IN TOUCH  
Office streeth name here  
Office house name here  
Office website here



YOUR LOGO BUSINESS COMPANY

# CREATIVE CORPORATE FLYER TEMPLATE

**40% OFF**

**ABOUT US**  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium,

- BUSINESS
- VENTURE
- PARTNERSHIP
- ADVISOR
- CREATIVE
- BRAINSTORMING

**INVESTMENT**  
Icon: Money bag with dollar sign  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

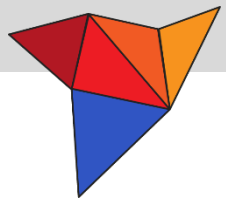
**BUSINESS**  
Icon: Briefcase  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

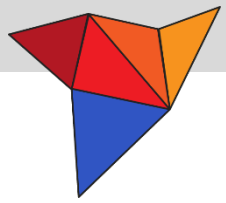
**CREATIVE**  
Icon: Lightbulb  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

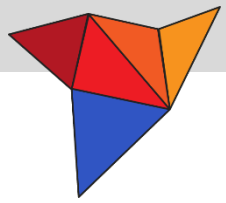
**EARNING**  
Icon: Money bag with dollar sign  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

+8 1234 5678 910    WWW.WEBSITE.COM











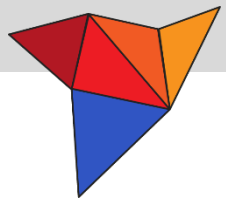
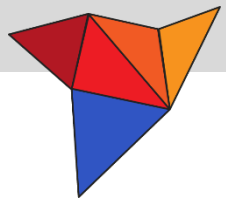
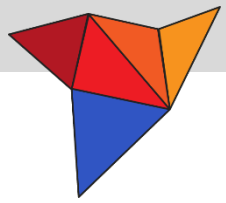
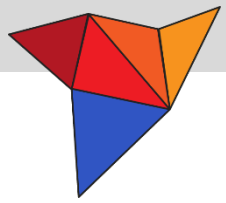


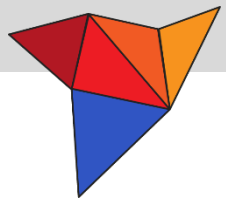
IMAGE NOT INCLUDED












1914

SEP 8 9

NEW YORK FASHION WEEK

KARI FEINSTEIN'S

STYLE LOUNGE

WE WOULD LIKE YOUR BRAND TO PARTICIPATE IN OUR 2014 NEW YORK FASHION WEEK STYLE LOUNGE.

We are exclusively hand picking 8-10 brands to be included in this year's event, which will be hosted each day by a fashion tastemaker. This event is an opportunity to get real face time with not only A-List celebrities, bloggers and stylists but more importantly, Fashion and Beauty editors.

PAST ATTENDEES

Alessandra Ambrosio, Jessica Alba, Emily Blunt, Stacy Keibler, Ashley Benson, Rachel Bilson, Sandra Miller, Poppy Delevingne, Gigi Hadid, Chloë Moretz, Inland Baldwin, Chanel Iman, Molly Sims, Conrad Stone, Adam Brody, Sam Byrne, James Chung, Johnny Flynn, Jessica Parzen, Philip Black, Jimmy Fallon, Whitney Port, Susan Wiggs, Matthew McConaughey, Kate Nash, Christina Hendricks, Emma Roberts, Tara Usher, Adrian Grenier, Vanessa Hudgens, Jen Wade, Jennifer Love Hewitt, etc.



1514 ABBOT KINNEY BLVD • 5RD FLOOR • VENICE, CA 90291

SEP 8 9

BRAND ACTIVATION

NEW YORK FASHION WEEK

VIEW DECK

KARI FEINSTEIN'S STYLE LOUNGE

WE ARE EXCLUSIVELY HAND PICKING 8-10 BRANDS TO BE INCLUDED IN THIS YEAR'S EVENT, WHICH WILL BE HOSTED EACH DAY BY A FASHION TASTEMAKER. THIS EVENT IS AN OPPORTUNITY TO GET REAL FACE TIME WITH NOT ONLY A-LIST CELEBRITIES, BLOGGERS AND STYLISTS BUT MORE IMPORTANTLY, FASHION AND BEAUTY EDITORS.

PAST ATTENDEES

Alessandra Ambrosio, Jessica Alba, Emily Blunt, Stacy Keibler, Ashley Benson, Rachel Bilson, Sandra Miller, Poppy Delevingne, Gigi Hadid, Chloë Moretz, Inland Baldwin, Chanel Iman, Molly Sims, Conrad Stone, Adam Brody, Sam Byrne, James Chung, Johnny Flynn, Jessica Parzen, Philip Black, Jimmy Fallon, Whitney Port, Susan Wiggs, Matthew McConaughey, Kate Nash, Christina Hendricks, Emma Roberts, Tara Usher, Adrian Grenier, Vanessa Hudgens, Jen Wade, Jennifer Love Hewitt, etc.



1514 ABBOT KINNEY BLVD • 5RD FLOOR • VENICE, CA 90291