

Tednik Manager je gospodarsko-politična revija, ki bralcem nudi širok pogled na dogajanja in trende v okolju ter njihove posledice za posel in življenje.



203 mm

Velikost revije:
203 x 271 mm

Izid revije:
vsak delovni petek

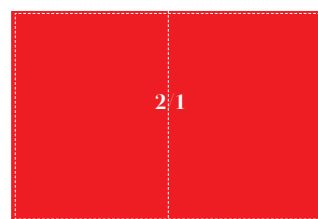
271 mm



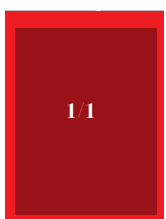
203 x 271 + 5 mm
3.700 EUR



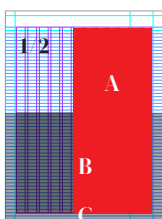
203 x 271 + 5 mm
z okvirjem: 173 x 240 mm
ovitek II **3.400 EUR**
ovitek III **3.100 EUR**



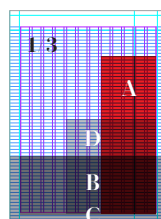
406 x 271 + 5 mm
4.000 EUR



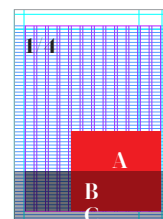
203 x 271 + 5 mm
z okvirjem: 173 x 240 mm
3.000 EUR



pokončna A:
100 x 237 mm
ležeča B:
173 x 120 mm
ležeča C:
203 x 132 + 5 mm
1.900 EUR



pokončna A:
70 x 190 mm
ležeča B:
173 x 80 mm
ležeča C:
203 x 92 + 5 mm
kocka D:
115 x 120 mm
1.500 EUR



pokončna A:
100 x 102 mm
ležeča B:
173 x 60 mm
ležeča C:
203 x 72 mm + 5 mm
1.200 EUR

Naklada: 10.500 izvodov | Format: 203 x 271 mm | Obseg: vsaj 40 strani

Mere so napisane vodoravno krat navpično v milimetrih. V ceno ni všteta 22-odstotni DDV.

Doplačila:

- Preklic objave oglasa po roku: plačilo 30 % cene oglasa
- Za naročila formatov zunaj cenika vam bomo pripravili posebno ponudbo.

Osnova za izračun je cena enega modula.

Roki za naročila in oddajo gradiva:

- Naročilo oglasnega prostora (z določeno velikostjo oglasa): četrtrek, 8 dni pred izidom.
- Oddaja pripravljenega gradiva: najpozneje v torek, 3 delovne dni pred izidom.
- Oddaja nepripravljenega gradiva: najpozneje v ponedeljek, 4 delovne dni pred izidom.
- Preklic naročila: 3 delovne dni pred izidom.

Sprejem reklamacij:

do 8 dni po objavi (v pisni obliki).

Napotki za oddajo oglasov:

Oblikovane oglase sprejemamo v formatih pdf, eps, jpg ali tif. Ne uporabljajte ukaza »overprint«.

Fonte obvezno spremenite v krivulje.

Za pravilen prenos vseh elementov oglasa morajo biti slike in barve v zapisu CMYK, v formatu tif, jpg, eps ali pdf.

Tanke linije črk niso primerne za časopisni tisk. Črna barva teksta naj bo definirana kot 100 % črne, siva pa kot zelen odstotek črne. Slike naj imajo primerno ločljivost - 300 dpi.

Neoblikovane oglase oz. besedila sprejemamo v programu Microsoft Word ali Excel. Logotipe dostavite v vektorski obliki. Slike in barve morajo biti v zapisu CMYK, v formatu tif ali eps.

Oglase nam lahko pošljete po elektronski pošti na naslov oglasi@finance.si ali po protokolu ftp. Priložite datoteko jpg za kontrolo oglasa.

Cene oglasnega prostora

Cene oglasnega prostora so določene v veljavnih cenikih. Cene formatov oglasov, ki niso določene v veljavnih cenikih, se po predhodnem dogovoru določijo s ponudbo.

K ceni se prištejejo dodatki in od nje odštejejo dogovorjeni popusti.

- Za oglase, kjer je predstavljenih več oglaševalcev ali blagovnih znamk, zaračunamo 30 odstotkov dodatka za vsakega oglaševalca.
- Zaračunavamo tudi dodatke za določene strani in pozicije.

Rezervacije, naročila in roki za oddajo gradiva

Rezervacije oglasnega prostora in naročila mora naročnik oddati v pisni obliki. Zadnji rok za naročilo oglasa (z natančnimi dimenzijami prostora) je četrtek, 8 dni pred izidom. Zadnji rok za oddajo dokončno pripravljene gradiva za objavo v elektronski obliki je najpozneje v torek, 3 delovne dni pred izidom, najpozneje v ponedeljek, 4 delovne dni pred izidom. Naročilo/rezervacijo je mogoče preklicati 3 delovne dni pred izidom oz. objavo v pisni obliki. Za vsak poznejši preklic je Časnik Finance upravičen do odškodnine v vrednosti 30 odstotkov cene predvidene objave.

Če naročnik zamuja pri oddaji gradiva, ima izvajalec pravico, da oglas pripravi in objavi po svoji presoji ali oglasa ne objavi in naročniku zaračuna 30 odstotkov vrednosti oglasnega prostora, rezerviranega na potrjeni naročilnici.

Reklamacije

Izvajalec sprejema reklamacije izključno v pisni obliki. Reklamacijski rok je največ osem dni po objavi. Naročnik mora upoštevati tehnološke lastnosti tiska dnevnika (kakovost papirja, tehnika ipd.). Za napake, ki so posledica slabe predloge ali po telefonu sporočenih popravkov, je odgovoren naročnik. Reklamacija pri ponavljajočih se oglasih velja le, če naročnik pravočasno opozori na napako ali da reklamacijo že po prvi objavi. Za oglase, pri katerih je bilo gradivo oddano po rokih za oddajo, reklamacije ne upoštevamo. Izvajalec je dolžan na naročnikovo reklamacijo odgovoriti najkasneje v roku osmih dni po prejemu reklamacije v pisni obliki. Ob napaki na oglasu, ki je posledica slabega tiska, napačno objavljenega gradiva, oglasa s tehnično napako ali objave oglasa na napačen dan, je naročnik upravičen do največ ene objave oglasa v velikosti reklamiranega oglasa. Naročnik je dolžan brezplačno objavo oglasa, za katero se je dogovoril v postopku reklamacije, izkoristiti v času enega meseca. Če naročnik tega v roku ne izkoristi, mu pravica do brezplačne objave preneha.

Oglaševalske agencije in medijski zakupniki

Agencije in zakupniki so upravičeni do polne provizije le, če je gradivo:

1. dokončno izdelano, 2. pravočasno oddano, 3. pripravljeno v elektronski obliki.

Za vsak neizpolnjen pogoj, naveden v tej točki, izvajalec agenciji zniža provizijo za dve odstotni točki.

Vsebina

Tržna sporočila morajo biti skladna s kodeksom oglaševanja in veljavno zakonodajo ter ustrezno označena kot oglas ali promocijsko sporočilo. Kadar tržno sporočilo ni ustrezno označeno, si izvajalec pridržuje pravico, da oglas ustrezno označi, kot zahtevata kodeks oglaševanja in veljavna zakonodaja.

Za vsebino objave je odgovoren naročnik (resničnost navedb, uporaba avtorskih del, sklicevanje na osebe ali ustanove in podobno). Izvajalec si pridržuje pravico, da oglasov, ki se vsebinsko ne skladajo z uredniškimi načeli časnika oz. jim ne ustrezajo, ne objavi. Če bi imel izvajalec stroške, povezane z vsebino objave, skladno s tem členom (tožbe, pritožbe in podobno), mu jih je naročnik zavezan v celoti povrniti.

Vsi oglasi v tujem jeziku morajo biti oddani in objavljeni tudi v slovenskem jeziku. Stroške prevoda plača naročnik.

Postavitev

Za objavo oglasa na točno določenem mestu ali določeni strani v rednem delu časopisa izvajalec lahko zaračuna dodatke v vrednosti 30 % oglasnega prostora.

Kadar tehnične zmogljivosti ne dopuščajo objave oglasa na želenem mestu, si izvajalec pridržuje pravico, da se oglas objavi po presoji izvajalca.

Promocijski članki

Oblikovanje oglasov in pisanje promocijskih besedil zaračunavamo posebej, in sicer 10 odstotkov vrednosti oglasnega prostora. Izjema je pisanje promocijskih besedil za objave v oglasnih prilogah, kjer je storitev pisanja že zajeta v ceni po ceniku za oglasne priloge. Cena oglasnega prostora za promocijski članek je enaka kot za oglas. Promocijski članki morajo biti posebej označeni kot oglas ali promocijsko sporočilo. Kadar tržno sporočilo ni ustrezno označeno, si izvajalec pridržuje pravico, da oglas ustrezno označi, kot zahteva kodeks.

Več informacij:
01 30 91 590