

## **Бриф на баннер к акции «Дети вместо цветов»**

### **Что делаем?**

Растяжки (баннеры) в двух разделах – на главной странице <https://www.ucheba.ru> и в разделе «Образование для детей». <https://www.ucheba.ru/for-kids>

### **Исходники:**

[https://drive.google.com/drive/folders/1VUmVLXW2cqG8C-OTymUQUlgCCloPd\\_ll?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1VUmVLXW2cqG8C-OTymUQUlgCCloPd_ll?usp=sharing)

### **Как это поможет нашим подопечным детям и молодым взрослым?**

Акция «Дети вместо цветов», собирает большие денежные средства для необходимой помощи подопечным фонда.

### **Какие задачи должен решать дизайн?**

Готовый дизайн уже есть и разработанный и утвержденный фирменный стиль акции.

### **Где чаще всего будут видеть дизайн?**

На сайте Учеба.ру

### **Какие элементы вы хотите видеть в дизайне?**

Название акции

### **Референс**

<https://www.ucheba.ru/for-abiturients/vuz> (красная внизу, если не отображается, отключите, пожалуйста, adblocker)

### **Размеры**

Информационная часть баннера — это изображение размером 750×50px. Для мобильной версии — 290×50px. Левый и правый края баннера должны заканчиваться одинаковым цветом.

### **Дедлайн**

16 августа

### **Технические требования:**

Информационная часть баннера — это изображение размером 750×50рх. Для мобильной версии — 290×50рх. Левый и правый края баннера должны заканчиваться одинаковым цветом.

1. Альтернативный текст для баннера не может быть больше 100 символов
2. Рекламный баннер должен иметь видимые границы, т. е. его фон должен отличаться от фона сайта (если фон баннера совпадает с фоном сайта, он должен быть обведен в рамку)
3. Не принимаются баннеры с мигающими крупными графическими или текстовыми элементами, а также с перегруженным крупной графикой фоном; с резкими перемещениями элементов, существенно отвлекающие пользователя от контента (содержания) сайта
4. Категорически запрещено использование слишком ярких цветов «кислотных» оттенков, если они не являются корпоративным цветом вашей компании (в случае если вы желаете использовать те или иные яркие и броские цвета, вам следует предоставить письменные документы, в которых данный цвет или его оттенок закреплен как корпоративный цвет вышей компании, т. е. является часть вашей ТМ)
5. Баннер не может содержать более 4 сцен (кадров, слайдов и т. д.); время смены кадра не должно превышать 3 секунды; суммарное время сценария баннера не должно превышать 12 секунд
6. В тексте баннера не указываются web-адреса сайтов, адреса и телефоны организаций, так как это снижает CTR баннера
7. Подробные требования к текстовым элементам баннеров читайте в разделе «Требования к текстовой рекламе»

Обращаю ваше внимание на то, что нужно подготовить баннер и для мобильной версии.