**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ**

**КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**

**ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ**

**Кафедра видавничої справи**

**ЗВІТ**

з навчальної практики

на базі

ТОВ «Видавництва «Родовід»

##### **Виконавець:**

Студентка 2 курсу

групи ВСРб-1-18-4.0д

Довгопола Богдана Богданівна

**Керівник практики від університету:**

Єжижанська Тетяна

Сергіївна

**КИЇВ – 2020**

**ЗМІСТ**

**ЩОДЕННИК ВИКОНАНИХ РОБІТ**…………………………………………………………………**6**

**ВІДГУК І ОЦІНКА РОБОТИ СТУДЕНТА НА ПРАКТИЦІ**…………………..……………………**8**

**ЗВІТ З ПРАКТИКИ**……………………………………………………………………………………. **10**

**Робочі записи під час практики**

01.06.2020 – познайомилась з керівником практики, створили групу в телеграмі з моїми колегами по видавництву, ознайомилась з історією та структурою видавництва.

02.06.2020 – загально ознайомилась з видавництвом, посадами, специфікою, кожен з групи отримав завдання

03.06.2020 – виконання програми практики та початок роботи над індивідуальним завданням. Це був передрук архівних pdf-файлів. Потрібно було з точністю передрукувати 10 сторінок тексту враховуючи всі позначки та відступи. Спочатку здавалось, що це дуже легко, проте це не так.

04.06.2020 – закінчення індивідуального завдання та відправка на перевірку керівнику практики. Редагування та аналіз текстів.

05.06.2020 – Отримання індивідуального завдання: план продажів на 5 днів в умовах виходу із карантину. Завдання було дуже актуальним для сьогоднішнього часу, це допомогло дізнатись яким чином підприємство, а саме видавництво може успішно вийти із кризової ситуації. У плані ми пропонували різноманітні знижки, як на певну категорію товарів так і на усі товари, спеціальні умови доставки, додаткові сервіси, рекламний супровід в соцмережах, "подарунки" до замовлень, оригінальне пакування

06.06.2020 – вихідний день

07.06.2020 – вихідний день, почала розробляти ідеї для індивідуального завдання

08.06.2020 – Закінчення роботи над індивідуальним завданням, відправка керівнику на перевірку. Нове завдання: розробка концепції видавництва.

09.06.2020 – Обговорення в групі, пошук ідей та зіткнення з новими труднощами у створенні видавництва

10.06.2020 – протягом практики ми ознайомлювались з літературою видавництва, тому вирішили написати відгуки в соціальних мережах до тих видань, які сподобались найбільше

11.06.2020 – відправка групової роботи на перевірку

12.06.2020 – оформлення звітної документацї, отримання характеристик від бази практики

13.06.2020 – оформлення звітної документації, розробка спільної презентації

14.06. 2020 – вихідний день, закінчення заповнення документації

**Відгук і оцінка роботи студента на практиці**

**ТОВ «Видавництво «Родовід»**

Студентка-практикантка Довгопола Богдана з 01.06.2020 по 14.06.2020 проходила виробничу практику у видавництві «Родовід» у місті Київ.

Довгопола Богдана уважно й відповідально ставилася до вивчення роботи видавництва, максимально якісно та вчасно виконувала поставлені перед нею завдання та проявляла творчу ініціативу. В умовах дистанційної комунікації працювала на належному професійному рівні: швидко, сумлінно та ефективно. За період проходження практики брала активну участь у роботі видавництва: редагувала матеріали, виконувала передрук архівних pdf-файлів, ознайомилася з виробничою базою підготовки видавничих проєктів. Варто відзначити безумовно фахову розробку плану виходу з карантину для відділу продажів, чимало ідей з якого обов’язково будуть втілені практично.

Довгопола Богдана зарекомендувала себе старанною працівницею, з якою хочеться співпрацювати в майбутньому. Оцінка за час проходження практики – «відмінно».

Керівник практики від підприємства, організації, установи

«ТОВ Видавництво РОДОВІД»

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Ватажишина Т. І.

 «15» червня 2020 року

**Відгук осіб, які перевіряли проходження практики**

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
| **Висновок керівника практики від вищого навчального закладу про проходження практики** |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

Дата складання заліку «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_\_року

Оцінка:

за національною шкалою\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

кількість балів \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

за шкалою ECTS \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Керівник практики від вищого навчального закладу

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Звіт з практики**

1. **Вступ**

Видавництво «РОДОВІД» ─ це монографії, мистецькі альбоми, дослідження з історії української культури й також серії сучасного мистецтва.

У 1989 р. Лідія Лихач вирішила заснувати журнал «Родовід» – наукові записки до історії мистецтва. Перші номери вийшли ще в Черкасах, а невдовзі в Києві. Усього вийшло 20 номерів. Готуючи щоразу чергове число журналу, редакція сходилися на думці – тут потрібна книжка, а не журнальна стаття. Тож невдовзі вони почали переходити на книжки. Видавництво «РОДОВІД», отже, виросло з часопису «Родовід».

Мета «Родоводу» - щоб українське мистецтво – і сучасне, і давнє – було позначене на світовій мистецькій мапі й посіло там своє заслужене місце. Саме тому «Родовід» є одним із небагатьох українських видавництв, яке намагається послідовно робити англомовні версії своїх книжок, а іноді ще й франкомовні, і представляти їх на міжнародних заходах.

* Головний офіс видавництва знаходиться у м. Києві
* Адреса: вул. Хрещатик, 17, к. 45. Київ 01001
* Телефони: +38 067 404 44 02
* +38 044 279 46 12
* Електронна пошта:
* rodovid.box@gmail.com
* rodovid2@gmail.com
1. **Класифікаційні ознаки видавництва**

**Масштаб діяльності:**Середнє видавництво

**Тематичний діапазон:** специфічної тематики (спрямовані на окрему групу читачів), монографії, мистецькі альбоми, дослідження з історії української культури й також серії сучасного мистецтва.

**Цільова аудиторія:**широка аудиторія читачів.

Коли видаєш книжки на мистецьку тематику, мусиш знати, яку аудиторію хочеш охопити. «РОДОВІД» друкує не тільки «важкі» академічні видання, але й дрібніші речі з мистецьким ухилом: блокноти, листівки, чашки, розмальовки тощо. На сайті представлені в лінії ART, яку розробили Лідія Лихач разом з Валентиною Клименко. Ця лінія наче знайомить і готує людину до більш серйозного ставлення до мистецтва. Бо ж хтось у першу чергу купує книгу, а хтось розпочинає ось із таких арт-аксесуарів. Зрештою, у побуті теж повинно бути багато красивих речей, щоб мистецтво існувало не тільки на книжковій полиці.

**Знаковий принцип творення інформації:**мистецькі видання.

**Форма власності:** товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ)

**Економічна природа діяльності:**  Комерційне видавництво яке готує і випускає власними силами видавничу продукцію як товар і її головна мета — одержання прибутку.

**Підпорядкованість:** Самостійне видавництво є юридичною особою, яке має відокремлене майно, печатку зі своїм найменуванням та ідентифікаційним кодом, рахунки в банківських установах.

1. **Структура видавництва**

Команда видавництва складається з:

* **Лідія Лихач**, засновниця і директорка видавництва
* **Ірина Пасічник**, арт-директорка

Робота арт-директораохоплює маркетингову, творчу, технологічну та управлінську функції. Арт-директор відповідає за творчу концепцію організації чи виробленого нею продукту, займається розробкою і здійсненням дизайнерських проєктів. Працює разом з редактором, вибирає сам, або бере участь у створенні необхідних фотографій та зображень. Також, контролює роботу всієї творчої команди і несе за неї відповідальність.

* **Тетяна Ватажишина**, керівниця відділу продажів

Організовує та координує збутову діяльність відповідно до замовлень і укладених договорів, забезпечує постачання продукції, що випускається, споживачам у встановлені терміни в повному обсязі. Бере участь у ярмарках, торгах, виставках, біржах із рекламування і реалізації продукції, що випускається.

* **Анастасія Білоусова**, координаторка видавничих проєктів

Координатор видавничих проєктів ─ це фахівець, чиїм головним завданням є управління проєктом в цілому: визначення та розставлення пріоритетів, планування виконання завдань, контроль, комунікації, а також оперативне розв'язання проблем.

* **Анна Бровченко**, піарниця, координаторка подій

Основні обов'язки - формувати імідж фірми, просувати її інтереси, налагоджувати контакти зі ЗМІ.

* **Леся Назаренко**, бухгалтерка
* **Олена Дзигун**, головна зберігачка
1. **Характеристика редакційно-видавничого процесу у видавництві**

Створення кожної книги у видавництві «Родовід» по-своєму особливе та унікальне, саме тому й підхід і процес завжди відрізняються від попереднього досвіду.

Проте, будь-яке видання «Родоводу» проходить такі етапи:

* підготовчий;
* редакційний;
* виробничий;
* маркетинговий.

На підготовчому етапі вирішується питання концепції видання та авторського оригіналу. Підготовчий етап передбачає пошук авторів, дизайнерів, фінансування. Оскільки видавництво часто використовує матеріали архівів, приватних колекцій, музеїв тощо, то підготовчий етап також охоплює підготовку всіх цих необхідних матеріалів – знаходження необхідних контактів, домовленості, документація тощо.

На другому етапі майбутнє видання проходить безпосередньо редакторську обробку – точну перевірну фактологічного матеріалу, перевірку на друкарські помилки, тощо. Також над текстом працює літературний редактор. Якщо видання двомовне, то проводиться робота над перекладним матеріалом.

Третій, виробничий етап, передбачає виготовлення власне друкованого видання. Після того, як всі деталі були перевірені, всі питання вирішені і всі неточності узгоджені, матеріал передається до поліграфії. Для того, щоб застерегти себе від небажаних помилок різного характеру, видавництво спочатку отримує сигнальний примірник видання. Якщо з ним все гаразд, замовника все влаштовує – дається згода на друк решти накладу (зазвичай 1000 примірників).

Фінальний, маркетинговий етап передбачає роботу з просування готового видавничого продукту на книжковому ринку (ЗМІ, соцмережі).

1. **Дані про тривалість і послідовність проходження практики, детальний опис і зміст особисто виконаної роботи.**

Моя практика проходила з 1 по 14 червня. 1 червня ми з групою познайомились з керівником практики і вирішили організаційні питання. Також вивчали посадові обов’язки працівників видавництва. Наступного дня ми отримали завдання переписати текст в електронний вигляд, який нам надіслали у вигляді фото. Потрібно було відобразити текст в точності з оригіналом з усіма помітками й виділеннями. Наступне завдання було розробити план продажів в умовах виходу з карнатину. Визначити яким чином видавництва успішно виходять з кризових ситуацій. Також ми поступово знайомились із структурою видавництва, розробляли концепції та ідеї.

1. **Висновки та пропозиції щодо змін і уточнень програми практики з метою удосконалення і наближення її до виробничих процесів видавництв/видавничих організацій.**

Висновки:

1. Працювала в команді
2. Ознайомилась з поняттям «План продажів» та змогла сама розробити такий план в умовах виходу з карантину
3. Попрактикувала навички у коректурі текстів
4. Познайомилась з структурою видавництва та його процесів.

Пропозиції щодо удосконалення:

1. Покращити сайт, додати більше інформації про видавництво та його літературу. Можливо додати більше розділів або попрацювати над дизайном. Додати англомовну версію. Можливо також додати додаткові функції для людей з вадами зору.

2. Співпрацювати з блогерами, відомими людьми в різних сферах. Це допоможе збільшити аудиторію видавництва та покращить його впізнаваність.

1. **Додатки з вмістом фотографій та інших матеріалів, що наочно представляють зібрану інформацію.**

Завдання: скласти план продажів на 5 днів в умовах виходу із карантину

**План на 5 днів**

|  |  |
| --- | --- |
| День 1 | Взаємодія із відомими людьми в соціальних мережах, щоб залучити більшу аудиторію та збільшити продажі. Також, варто поширити активну рекламу наприклад в Instagram і Facebook. |
| День 2 | Цікаво було б замість звичайного пакування в коробку чи пакет, використовувати тканинні мішечки з слоганом видавництва чи назвою. Це створить особливу атмосферу для покупця. Також, можливо до замовлення додавати невеликий лист від видавництва або за бажанням покупця автограф автора. |
| День 3 | Безкоштовна доставка при покупці на суму більшу від 1000 грн.  |
| День 4 | Створення зручного додатку для телефона та персонального кабінету покупця. |
| День 5 | Щоразу, коли покупець щось купує, нараховуються бонусні бали, які можна обміняти на грошову знижку при купівлі наступного продукту. Додати відгуки до товарів. |