

НАШИ ВЫПУСКНИКИ

Сангорская Вера Федоровна
Окончила Инженерно-экономический факультет (ныне факультет экономики и менеджмента) Московского полиграфического института в 1972 году.



Директор Типографии имени И.И. Скворцова-Степанова ФГУП Издательство «Известия». Под ее руководством была модернизирована материальная база типографии, что позволило вывести ее на уровень самых современных полиграфических предприятий мира.

Из интервью: «Мне было интересно посетить немецкую типографию Koehler & Hennemann GmbH, посмотреть на организацию производства — ведь всем известно, что все познается в сравнении».

Алексеев Александр Николаевич
Окончил факультет художественно-технического оформления печатной продукции (ныне факультет графических искусств/ХОПП) Московского полиграфического института в 1987 году.



Президент Art directors club Russia. Один из ведущих креативных директоров России. Единственный обладатель европейской награды Golden watch за кампанию Nescafe. Работал с брендами Coca-Cola, Dirol, Cadbury, Honda, L'Oreal, MasterCard, Microsoft, Nestle, Siemens.

Из интервью: «Россия богата идеями и талантами, но у нас до сих пор не появилось конкурентоспособного рекламного продукта. Мы в клубе не собираемся искать «третий путь». Мы хотим добиться в сфере рекламы высокого европейского уровня».

Подобед Денис Олегович
Окончил факультет Полиграфической технологии (ныне факультет принтмедиа технологий) Московского государственного университета печати в 2001 году.



Руководитель отдела продукт-менеджмента международной компании Yam international — крупнейшего поставщика полиграфического оборудования. Преподает в МГУП имени Ивана Федорова.

Из интервью: «Один из главных факторов успеха типографии в настоящее время — специализация. Причем, чем уже эта самая специализация, тем на больший экономический эффект можно в перспективе рассчитывать. И по этому пути уже сейчас пошли многие предприятия».

Подготовила Евгения Зверева

Напечатайте это немедленно!

Print-on-demand (POD) — печать по требованию — изобретение не новое, но используется нечасто. Почему же технология, названная в свое время «второй революцией Гуттенберга», так мало востребована и в чем ее плюсы и минусы? Попробуем разобраться в нашей статье.



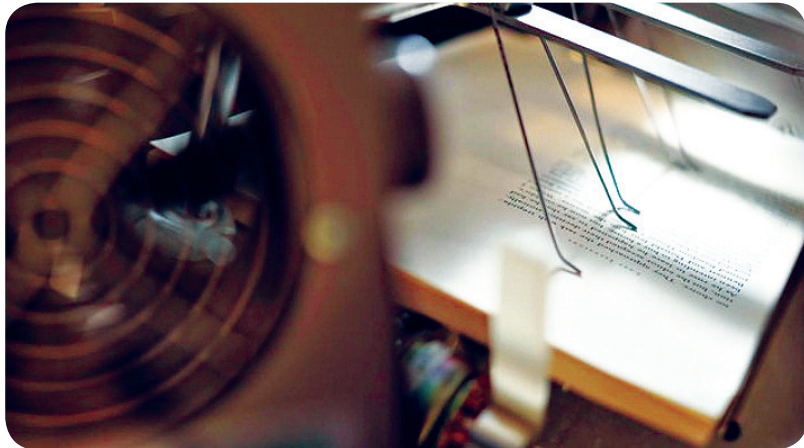
Для начала определимся с понятием: Print-on-demand (она же POD) — печать по требованию ограниченным тиражом, возможно, даже одним экземпляром. Основные задачи POD: допечатка научной или учебной литературы для нужд образовательной сферы, единичный или малый заказ Интернет-магазина или даже международной книготорговой сети, а также желание автора напечатать собственное произведение. Удобствами технологии является также то, что не нужно рассчитывать тираж, выделять место под склад и хранить непроданные экземпляры.

Официально технология print-on-demand была впервые продемонстрирована публике в Стокгольме в феврале 1997 г., хотя еще за год до этого в России поднимались дискуссии о необходимости печати по требованию (статья Дениса Самсонова «Лазерный компьютерный центр» в журнале Computerworld Russia, №28, 1996). Как ни странно, катализатором к развитию технологий print-on-demand в нашей стране послужило распространение и популярность сетевой литературы. И это не только вопрос имиджа, когда следующей ступенью признания автора, уже ставшего известным во всемирной паутине, является издание его книги, но и большое количество конкурсов виртуаль-



где живет покупатель, от заказа до получения проходит два-три дня. Система мировой дистрибуции книг POD активно развивается на всех континентах и в большинстве стран уже является привычным делом.

Пионером «печати по заказу» в нашей стране можно назвать петербургское издательство «Геликон плюс». В конце 90-х оно создало проект WWW (Wide World Writers. Print on demand), в котором вышло 30 выпусков произведений классиков. Сегодня к print-on-demand периодически обращаются независимые издатели или книжные магазины («Фаланстер», например, совместно с AdMarginem допечатал при помощи POD в этом году «Кино» Жюль Делеза). Однако самым крупным производством по требованию в нашей стране является компания Letmeprint (издательство Pubmix). Коммерческий директор издательства Сергей Латынцев рассказал о технологии и потребностях рынка в напечатанных по требованию книгах:



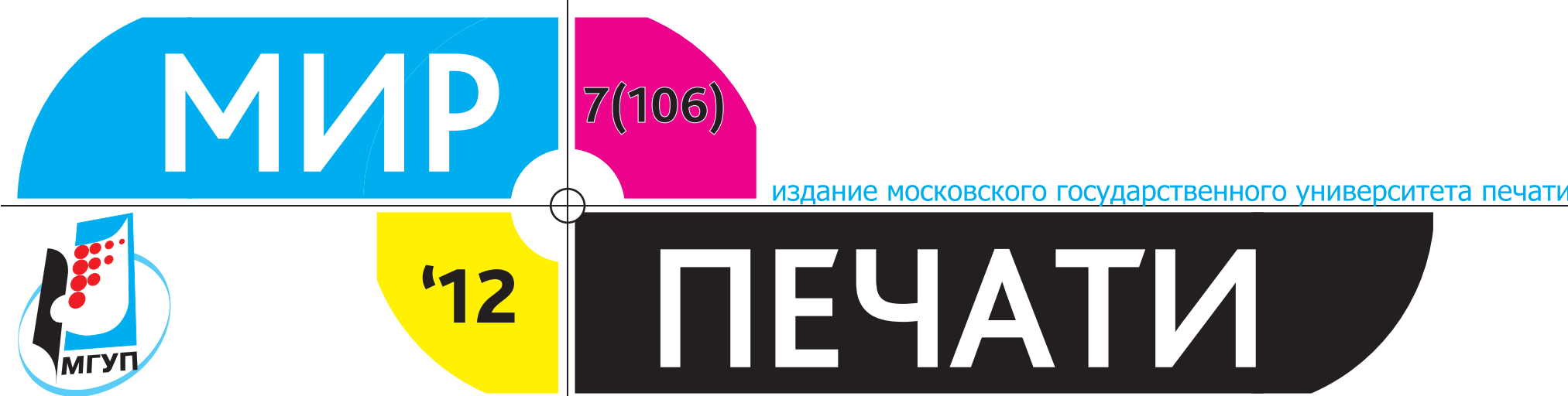
«Печать POD осуществляется на двух типах машин: черно-белая на ксероксе «Нувира» и цветная на оборудовании Konica Minolta. Качественное отличие для потребителя при технологии POD в том, что программное обеспечение, которое мы разрабатывали, позволяет выпускать книги от одного экземпляра. Книжки печатаются в форматах А4 и А5, при этом также разрабатан специальный формат под названием Yo-YoBook, который подразумевает автоматическую обработку данных и размер обложки, в зависимости от того, в каком формате книгу заказывают. Как правило, при технологии POD тираж не превышает 500 экземпляров. Книга обычно выходит на офсетной 80-граммовой бумаге, поэтому себестоимость экземпляра объемом около 100 страниц колеблется от 20 до 30 рублей.

Основных заказчиков POD можно разделить на две группы. Первая — заказы от магазинов. Это российские и мировые Интернет-магазины, офлайн-площадки (Ozon.ru, my-shop.ru, read.ru, «Библион», Торговый дом книги «Москва», ТД «Библио Глобус», Amazon.com, Apple, Buy.com, Buch.de и другие). Обычно от них поступают заказы, начинающиеся от одного экземпляра. И в течение двух дней печатается и отгружается заказ по

всем позициям (например, две-три наименования). Допечатки составляют от 5-10 до 100 экземпляров. Вторая группа заказов — от самого издательства (это могут быть допечатки, промоакции, пробные тиражи). В конце августа, например, появляются большой спрос на учебную литературу. Обращаются за услугой и авторы».

Почему же при всех удобствах и наущности технологии print-on-demand, в России она используется нечасто? Одной из главных причин эксперты называют высокие цены на оборудование, которое в России не производится, а только импортируется. Впрочем, как показывает опыт коммерчески успешных издательств, это никак не влияет ни на себестоимость книги, ни на качество издания. Согласно данным Pubmix, более 200 издательств и вузов России уже работают с данной издательской системой, а суммарный тираж изданий давно превысил показатель в 2 млн. экземпляров. Однако это не предел, учитывая возможность дистрибуции, которые предоставляет технология print-on-demand. Поэтому немедленно печатайте все, что так давно лежит у вас и ждет быть выпущенным, на радость читателю!

Дина Назарова



«Первый шаг в профессию очень важен»



Фото: Александра Розенфельд

— Каковы задачи Центра развития карьеры?

— Помочь нашим студентам и выпускникам найти работу по специальности, реализовать себя в профессии. Деятельность Центра, прежде всего, направлена на решение проблемы профильного трудоустройства студентов и выпускников МГУП. Нашей целью также является оказание помощи в планировании и развитии карьеры обучающихся вуза. Трудоустроить всех — такой задачи нет. Мы помогаем тем, кто находит в активном поиске и хочет после вуза работать по выбранной специальности.

— Как строится ваша работа?

— Мы начинаем активно взаимодействовать со студентами с третьего-четвертого года обучения. Допустим, кто-то успешно прошел практику и готов совмещать учебу с работой. Для таких студентов мы ищем подработку

Нередко выпускники испытывают сложности при поиске работы. Связано это, как правило, с отсутствием у них профессионального опыта и недостаточным знанием рынка труда. Однако теперь у выпускников Полиграфа есть помощник — недавно созданный Центр развития карьеры. О целях новой структуры нам рассказала директор ЦРК Ирина Рассудительная.

с гибким графиком, посменно или на несколько часов в день. С каждым потенциальным работодателем по каждому соискателю мы это предметно обсуждаем. Кроме того, встречаемся с ведущими представителями отрасли и говорим о проблемах молодых кадров. К их числу можно отнести отсутствие опыта и несформированность профессиональных компетенций. Поэтому по инициативе университета на предприятиях создаются открытые кафедры, интегрирующие теоретическое обучение и производственную практику. Участие в проекте «Открытая кафедра» позволит студентам не только обрести актуальные компетенции, но и получить представление о своей востребованности на рынке труда и уровне заработной платы в данной профессиональной сфере. Наша задача, пока студенты учатся, — находить им достойную практику, помогать делать первые шаги в профессии, ориентировать их в реальной жизненной ситуации, где от них потребуются практические навыки, ответственность и самодисциплина.

— Где можно найти информацию о Центре развития карьеры и как связаться с вами?

— Мы создали свой раздел «Трудоустройство» на сайте Университета печати — <http://mgup.ru/article/1382>. Он содержит несколько подразделов. На одной страничке студенты могут оставлять свои данные, на другой работодатели размещают свои вакансии, и есть также анкета работодателя, где он рассказывает о компании, чтобы кандидатам было легче составить представление о будущей работе. Разумеется, нам всегда можно позвонить по телефонам, указанным на сай-

те, и получить подробную консультацию. Ресурс уже работает, с его помощью мы успешно провели День карьеры в МГУП в мае, где были представлены девять компаний-работодателей и приняли участие более ста студентов. В результате многие ребята, пообщавшись с работодателями, устроились кто на практику, кто на постоянную работу, а мы через какое-то время получили письма от компаний с благодарностью за подготовку хороших специалистов.

— Поскольку деятельность Центра ориентирована на заказ работодателей, интересно узнать, как вы ведете с ними переговоры, как они формулируют свой запрос на молодых специалистов?

— Одни компании говорят: у нас есть такая-то вакансия, присылайте нам студентов, выпускников, и чем больше, тем лучше, а мы сами на них посмотрим, протестируем. Другие доверяют отбор нам. Некоторые компании, как, например, «Билайн», готовы к общему предложению по своим вакансиям специально к Дням карьеры и там вживую общаются с кандидатами. На мой взгляд, самое важное, что механизм обратной связи университета с работодателем создан, теперь он будет только шлифоваться и развиваться. Мы активно продвигаем Центр в социальных сетях, планируем проведение мастер-классов, которые, на наш взгляд, должны способствовать более конструктивному поведению соискателя на собеседова-

нии. В конце октября проведем Ярмарку вакансий, где ведущие профильные компании отрасли представят информацию о себе и своих вакансиях.

— Работодатели бывают крупные, средние, мелкие. У больших организаций много вакансий, а кому-то нужны всего один-два новых сотрудника. Вы отдаете предпочтение крупным компаниям или стараетесь охватить постепенно весь рынок труда?

— Мы не различаем наших партнеров на крупных и мелких. Со всеми стараемся поддерживать контакт. Проблему я вижу не в этом, а в, порой, необоснованно высоких требованиях к выпускникам. Например, приходит HR-менеджер и говорит: нам нужен специалист — высокий, красивый, владеющий тремя языками, с красным дипломом, чтобы он имел активную жизненную позицию, был готов к ненормированному графику, на зарплату 25 000 руб. Приходится объяснять, что такой уровень оплаты не соответствует перечисленным требованиям. Но все эти вопросы, конечно, обсуждаются и решаются в процессе переговоров. Самое главное — есть большой спрос на выпускников и студентов МГУП имени Ивана Федорова. Работодатели сейчас испытывают дефицит молодых специалистов, активно идут на взаимодействие с вузами. И для каждого студента, обратившегося в ЦРК, это — прекрасный шанс успешно начать карьеру и реализовать себя в профессии.

Беседовал Данил Евстигнеев

НОВОСТИ

Совет обучающихся — для инициативных студентов

2 октября Учредительная конференция студентов и аспирантов МГУП имени Ивана Федорова выбрала Совет обучающихся. Новый орган управления формируется из активистов, желающих делать что-то полезное для своего вуза: организовывать мероприятия, участвовать от имени МГУП во внешних конкурсах, решать проблемы, возникающие у студентов. В состав Совета вошли: Андрей Уртыков — ФПТ, Александр Фролов — ФИТИМ, Анастасия Переверзева — ФРИСО, Екатерина Гладченко — ФЭИМ, Михаил Тамойкин — ФГИ/ХОПП.

Соваторм Кирилла и Мефодия может стать каждый!
МГУП имени Ивана Федорова начал прием работ на конкурс «Новая кирил-

лица 2012». Международное соревнование разработчиков кириллических веб-шрифтов организовано Полиграфом совместно с Болгарским университетом библиотекосведения и информационных технологий. Этот уникальный проект направлен на поощрение молодых дизайнеров и стимулирование проектирования кириллических шрифтов. К участию в конкурсе приглашены студенты профильных вузов, молодые дизайнеры и все желающие в возрасте до 35 лет из России и стран зарубежья. Подробности — на сайте www.newcyrillic.ru.

Немецкая школа графического дизайна — в МГУП
Со 2 по 5 октября в Университете печати прошла серия мастер-классов ведущих преподавателей Высшей школы графики и книжного искусства в Лейпциге (Германия).

В течение нескольких дней студенты ФГИ/ХОПП и других факультетов побывали на практических занятиях по фотографии (профессора Торстена Хаттенкерла), графическому дизайну (профессора Оливера Климпеля) и медиа-арту (профессора Гюнтера Зелихара).

Проректоры обсудили воспитание студентов

21-23 сентября 2012 года в Москве состоялся Всероссийский конгресс проректоров по воспитательной работе учреждений высшего профессионального образования. Форум собрал более 600 проректоров и руководителей структурных подразделений, ответственных за формирование воспитательной работы в вузах страны, из всех регионов России. МГУП имени Ивана Федорова представила проректор по социально-

му развитию и общественным связям Людмила Кутыркина. Главной темой мероприятия стала реализация государственной молодежной политики в воспитательной деятельности вузов.

Мастер-классы на пленэре

С 25 по 28 октября на базе отдыха «Сушнево-2» пройдет форум аудиовизуальных искусств «МЕДб», организованный департаментом Интернет-проектов для студентов МГУП имени Ивана Федорова. В рамках мероприятия планируется проведение серии мастер-классов по направлениям: графический дизайн, фотография, моушн-дизайн, видеомейпинг, журналистика, SEO и контекстная реклама. Эксперты медиасферы расскажут о технологиях создания мультимедийного контента, поделится своим опытом и профессиональными секретами.

Оценки в режиме онлайн
В рамках информационной системы университета «Матрица» открыт доступ к модулю «Успеваемость» — на сайте matrix2.mgup.ru/progress. Здесь студенты 1 курса, обучающиеся по балльно-рейтинговой системе, могут ознакомиться с количеством баллов, которые они накопили на текущий момент, как по отдельным дисциплинам, так и суммарно. Кроме сводных рейтингов группы доступна подробная «карта» занятий по каждой дисциплине с указанием вида занятий, их даты, а также контрольных точек по дисциплине с указанием всей дополнительной информации по ним. В модуле «Успеваемость» автоматически производится расчет успеваемости каждого студента. Оценка рассчитывается на одну неделю назад и основывается на данных успеваемости, получаемых от преподавателей.