

А.Я. Баранов, Москва

МОСКОВСКИЙ ИНСТИТУТ РЕКЛАМЫ, ТУРИЗМА, ШОУ-БИЗНЕСА (см. рис. на 3-й стр. обложки)

Московский институт рекламы, туризма, шоу-бизнеса образован в 1996 году. Это некоммерческий, негосударственный образовательный вуз. В институте три формы обучения: дневная (очная), вечерняя и заочная.

В институте функционируют три факультета: больше всех поступают и обучаются на факультете шоу-бизнеса. Работают отделения: дизайна одежды, делового имиджа, телевидеокиноиндустрии, шоу-программ, шоу-бизнеса, арт-менеджмента, геральдики. На факультете шоу-бизнеса работают много известных мастеров и практиков. Экономiku шоу-бизнеса ведет заслуженный работник культуры Российской Федерации, директор театра эстрады В.Г. Корн; на факультете шоу-бизнеса студентов знакомят с основами мастерства актера, сценографии (художественное оформление шоу), сценической речи, музыкального оформления, режиссуры номера, шоу-программ и театрализованных представлений.

Художественное оформление и геральдику (история геральдики, символы, составление личных и корпоративных гербов) преподает соратник и друг народного артиста России Дмитрия Васильевича Тихомирова, заведующий кафедрой сценографии МИРТШБ, известный художник, член художественно-экспертного Совета при Правительстве Москвы, член Международной федерации художников ЮНЕСКО Валерий Петрович Лысенко. Он - автор герба института, личных гербов его руководителей, в частности, первого проректора института, члена-корреспондента РАЕН им. Вернадского, кандидата педагогических наук Геннадия Павловича Тулупова (см. рис. на 3-й стр. обложки) и др.

Мастер-классы по сценической речи, художественному слову, мастерству актера ведут известные специалисты: О.Б. Штерц, В.С. Щептев. Программа обучения на факультете рассчитана на 4 года - бакалавр, 5 лет - специалист, 1,5-2 года - второе высшее образование.

Во всем мире сфера шоу-бизнеса является самой престижной и доходной отраслью экономики. Во время обучения студенты познакомятся с историей и теорией эстрады, индустрией развлечений. Историей мирового и отечественного искусства, теорией и историей музыкального и изобразительного искусства.

На сегодняшний день нехватка профессионалов в менеджменте, в сфере шоу-бизнеса в нашей стране очевидна. В квалифицированных управленческих кадрах (менеджеры, продюсеры шоу, конкурсов, театраль-

ных антриприз, арт-агентств, центрах досуга) остро нуждается и музыкальная индустрия, зрелищно-развлекательная сфера.

Базы практики на факультете шоу-бизнеса являются Московский государственный театр эстрады, Центральный дом работников искусств, Государственный центр-музей «Преодоление» им. Н. Островского. На практике студенты получают навыки работы с ведущими исполнителями, овладевают опытом работы с художником по свету, со звукорежиссером, сценаристом, художником по костюмам и всей сложной постановочной работой по выпуску шоу-программ и спектаклей.

Студенты факультета рекламы во время обучения получают знания по истории и теории отечественной и зарубежной рекламы, изучат процессы создания рекламы, организации рекламных компаний, с учетом специфики российской действительности, современного российского опыта, психологических процессов восприятия рекламы российским современным обывателям.

Основная база практики по рекламе издательский дом и центр «Плюс», где к услугам студентов-практикантов, современные электронные и компьютерные технологии, возможность воплотить в жизнь путь от замысла до реализации и проведения самой рекламной акции.

История рекламы насчитывает более 100 лет, и в России она играла такую же роль, как и в других странах. Возрождению ее самобытных корней, психологических закономерностей (читабельность и понимание текста, связанные с длиной фраз и слов, осмысление текста, определяемое соответствием его лексики лексике современной российской аудитории) и обучают в институте, ибо роль рекламы в процессе организации отношений между производителем и потребителем огромна.

Рыночная экономика не мыслится без конкурентной борьбы, без постоянных поисков нового подхода к решению проблем создания новых товаров (услуг) и сбыта их с максимальной выгодой. Современному специалисту-предпринимателю не обойтись без знаний в области рекламы. Еще важнее знания в области рекламы, которые необходимы для специалистов, работающих в рекреационной сфере, шоу и арт-бизнесе, области услуг, создаваемых культурно-досуговыми учреждениями, социальными организациями, производственными объединениями.

Развитие туризма и туристического бизнеса в России имеет большие перспективы. Все больше туристов посещают нашу страну, все больше россиян покупают туры в зарубежные страны.

Рынок туристических услуг очень велик, а рост его непрерывен. Кроме того, сфера туризма - область постоянных инноваций и оригинальных бизнес-решений.

Менеджер, работающий в туристической компании, обладает уникальной возможностью для профессиональной самореализации. Да и сама эта работа интересна, так как связана, прежде всего с общением с самыми разными людьми и дает возможность лучше узнать историю и культуру своей страны и стран мира.

Московский институт рекламы, туризма, шоу-бизнеса является специализированным высшим учебным заведением, объединяющим высококвалифицированных специалистов в области рекламы, туризма, шоу-бизнеса, телевидения, дизайна, экономики, психологии, маркетинга, права, социологии и т.п. и выдающего диплом о высшем образовании установленного образца, имеющего международную сертификацию по специальностям «Реклама», «Туризм» и «Шоу-бизнес». Основной целью деятельности Института является формирование высокопрофессиональных современных специалистов в области рекламы, международного туризма и шоу-бизнеса для отечественных и зарубежных фирм, агентств, ассоциаций, на основе использования лучшего зарубежного и отечественного опыта.

БАРАНОВ Анатолий Яковлевич, профессор, декан факультета шоу-бизнеса Московского института рекламы, туризма, шоу-бизнеса, академик Российской национальной академии культуры, заслуженный деятель искусств Российской Федерации, г. Москва.

* * *

Герб Московского института рекламы, туризма, шоу-бизнеса составил и изобразил художник Валерий Петрович Лысенко. Герб (см. рис. на 3-й стр. обложки) внесен в Гербовый Матрикул Русской Геральдической Коллегии 9 октября 2000 года под № 564.

Символика герба проста и лаконична. Яблоко символизирует рекламу, стрелка компаса - туризм, стилизованное изображение портала сцены - шоу-бизнес. Поля щита, намет и девизная лента символически окрашены в цвета государственного флага России. На ленте золотыми литерами дана аббревиатура института - МИРТШБ - Московский институт рекламы, туризма, шоу-бизнеса. Щитодержатели (львы) установлены на постаменте из гранита (гранит науки). Шлем увенчан просветительской короной, символизирующей главное предназначение института - просвещение, а золотая арфа в клейноде конкретизирует основной профиль института - творчество.

* * *

Для тех, кто заинтересовался деятельностью Московского института рекламы, туризма, шоу-бизнеса сообщаем его координаты:

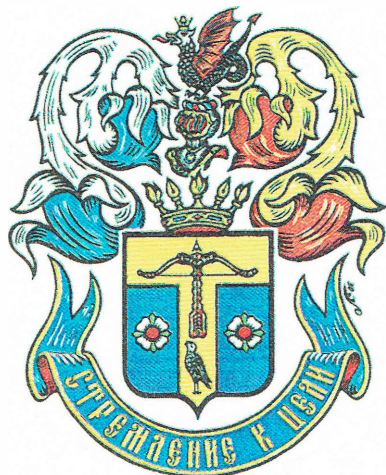
**Москва, ул. Бойцовая, д. 24/3
Тел. (095) 169-70-62
Проезд метро до ст. «Улица Подбельского»**

МОСКОВСКИЙ ИНСТИТУТ РЕКЛАМЫ, ТУРИЗМА, ШОУ-БИЗНЕСА

(см. стр. 110)



Московский институт рекламы,
туризма, шоу-бизнеса.
ГМ 564 от 9 сентября 2000 г.



Геннадий Павлович ТУЛУПОВ.
ГМ 609 от 29 мая 2001 г.



Анатолий Яковлевич БАРАНОВ.
ГМ 553 от 20 августа 2000 г.



Валерий Петрович ЛЫСЕНКО.
ГМ 556 от 1 сентября 2000 г.

Рисунки В.П. Лысенко