

The Industry Organizes. At the same time, the industry also started organizing itself. In 1917 the American Association of Advertising Agencies was founded to represent the interests of agencies.

Radio Arrives. For most business the first half of this century was a period of prosperity, with one exception – the depression of the 1930s brought on by the Stock market crash of 1929. When the war was won, the Advertising council remained to organize advertising professions to create public-service campaigns.

In the report *The TV Era* (c. 1949–1959), *The Creative Era* (c. 1960–1970), *The Positioning Era* (1970–1980) are described.

В докладе рассматривается исторический процесс становления рекламы со времен фараонов. Здесь приводятся интересные факты из истории рекламы, которые могут помочь избежать серьезных ошибок в рекламном бизнесе. Уделяется внимание роли средств массовой информации (телевидения и радио) в развитии рекламы.

С. В. Ольховская
(*Sofia Oljovskaya*),
студентка БГЭУ (Минск)

**Совместные предприятия Беларуси и перспективы
их развития
Las empresas mixtas de Belarús y perspectivas
de su desarrollo**

Actualmente las empresas mixtas e internacionales intervienen como uno de los medios de colaboración internacional y una de las fuentes de inversiones. La creación de las empresas mixtas ejerce una buena influencia en el desarrollo del estado, aumentando la exportación, la oferta de divisas, ampliando los transferes de tecnologías y know-how. Gracias a la ancha colaboración de ambas partes se desarrolla intensivamente la cooperación industrial, incluso en la esfera de dirección y gestión. Además al país llega el capital extranjero. A veces las ganancias no van al extranjero sino se quedan en el país y se invierten en el proceso de producción de nuevo.

Eso tiene mucha importancia para Belarús en este período de su desarrollo económico a la cual carecen las inversiones inferiores, cuando amortización de los fondos principales constituyen 64–79 % y necesita la modernización de la industria através de utilizar nuevas tecnologías. De tal manera este tema representa un gran interés para

estudiarlo, para la búsqueda de los problemas y obstáculos que impiden aumentar el potencial económico del estado y elevar el nivel económico y social de la vida de la población.

Совместные иностранные предприятия выступают как форма международного сотрудничества и один из источников инвестирования. Создание СП благотворно влияет на экономическое развитие государства, расширяя экспорт, увеличивая предложение валюты, расширяя западно-восточный трансферт технологий, менеджмент и науку. Благодаря тесному сотрудничеству двух сторон интенсивно развивается производственная кооперация, в том числе и в управленческой сфере. Помимо этого, в страну ввозится дополнительный иностранный капитал. Иногда прибыль не вывозится за границу, а остается в стране и вновь вкладывается в производство.

Все это крайне необходимо Беларуси на данном этапе ее экономического развития при практическом отсутствии внутренних инвестиций, износе основных фондов на 64–79 %, крайней необходимости модернизации производства за счет введения новых технологий. Таким образом, эта тема представляет большой интерес с точки зрения выявления проблем, препятствующих притоку иностранных инвестиций, и нахождения путей их решения с целью увеличения экономического потенциала государства, его благосостояния и повышения уровня жизни в стране.

Т.М. Парфененко
(*T.M. Parphenenko*),
студентка БГЭУ (Минск)

Социальные и этические аспекты рекламы **The Social and Ethical Aspects of Advertising**

1. SOCIAL IMPACT OF ADVERTISING IS VERY IMPORTANT NOWADAYS.

1.1. Social criticism:

An advertised product is more preferable than unadvertised one.

Often advertising is downright untruthful: it promises greater sex appeal, improved social status.

1.1.1. The debasing impact of ads are of two different opinions:

1) It is destroying our language:

- it is breezy, too informal, too casual and improper;
- ads misuses our language, so people protest;
- it is better to use down-to-earth, conversation tone.

2) Advertising enriches and renews our language.

406

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.
□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.