

ПРОБЛЕМА СОЗДАНИЯ СТРУКТУРЫ И ФОРМИРОВАНИЯ СЮЖЕТА РЕКЛАМНОГО РОЛИКА

Структура сценария рекламного ролика является своего рода матрицей, в которую вписываются все остальные элементы рекламы. На основании качественного анализа роликов-призеров "Каннских львов", можно выделить две наиболее распространенные структуры рекламных роликов. Структура №1: используется шокирование зрителей в том или ином виде. Под шоком понимается тот всплеск эмоций, который возникает у потребителя после разрушения стереотипа, сформированного в начале клипа. Структура №2 часто используется для неэкстремальных, душевных товаров, в предложении подчеркивающих общность своих интересов с интересами простого народа.

Для того чтобы мотивировать зрителя смотреть рекламу не отрываясь, создатели роликов используют несколько специфических приемов при формировании сюжета клипа(названия авторские): рассказ(такой прием характерен для товаров, опирающихся на "душевное" настроение клиента. Для таких роликов характерно спокойствие), эффект домино(эффективен для демонстрации высокотехнологичных товаров), одноразовый шок (шок , который возникает один раз за время клипа), многократный шок (шок демонстрируется несколько раз), замена привычной детали (показывается фантастический мир, в котором изменена или удалена какая-то деталь) и т.д.

МЕХАНИЗМ ВЛИЯНИЯ ПРОФСОЮЗНОГО ДВИЖЕНИЯ НА РЫНОК ТРУДА В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКИ

Отличительными характеристиками белорусской модели рынка труда являются административный контроль за трансформационными процессами и стихийная выработка адаптационных механизмов в области использования трудовых ресурсов на микроуровне. Ее появление обусловлено тем, что в процессе перехода Беларуси пришлось решать сложные и нестандартные задачи, которые были неизвестны странам с развитой рыночной экономикой (разгосударствление, приватизация, изменение отраслевых пропорций в сфере занятости), либо решались ими, но не в таком объеме (массовая реструктуризация и закрытие нерентабельных производств, снижение совокупного спроса на труд в экономике). Кроме того, белорусский рынок труда не имел необходимого институционального каркаса. В начале преобразований он был заимствован у стран с развитой рыночной экономикой: было разработано законодательство в области занятости и безработицы (опираясь на Конвенции и рекомендации МОТ, зарубежный опыт), созданы государственные службы занятости, разработаны государственные программы занятости.

Особенностями зарплатообразования в белорусской модели рынка труда являются: снижение тарифной части заработной платы и усиление дифференциации оплаты труда за счет ее надтарифной части; нарушение конкурентного механизма зарплатообразования за счет активного государственного вмешательства и коллективно-договорного регулирования; неоправданная дифференциация в оплате одинакового труда работников с одинаковой квалификацией, в схожих условиях в зависимости от монопольного положения субъекта хозяйствования; опережающий рост заработной платы над темпами роста производительности труда.

Список использованных источников

1. Гайдук, К. Рынок труда в Беларуси: общий обзор / К. Гайдук // Эковест. – 2005. – №4. – С. 30

УДК 687.36.004.12

**Студ. : Гусакова Е.В., Брумин А.А.,
доц. Москалев И.А.**

ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ: СУЩНОСТЬ, ПРОБЛЕМЫ, ТЕНДЕНЦИИ

Приоритетным направлением внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь выступает внешняя торговля. Связано это, прежде всего с тем, что экономика Республики Беларусь является экспортноориентированной. Объем внешней торговли в РБ в последние годы резко возрос. За 2000-2008 годы он увеличился более чем в 4 раза и составил в прошлом году 72,4 млрд. долларов. Значительные изменения на динамику количественных и качественных показателей внешней торговли оказал мировой финансово-экономический кризис. Белорусский экспорт в январе 2009 года по сравнению с январем 2008 года сократился на 54,6 %. Аналогичные данные по Витебской области. Объем внешней торговли организаций Витебской области в январе текущего года составил 243,2 млн. долларов, в том числе экспорт – 70 млн. долларов, импорт – 173,2 млн. долларов. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года экспорт сократился на 73 %, импорт – на 39,6 %.

Актуальной проблемой стало отрицательное торговое сальдо. В Витебской области в январе текущего года оно составило 103,2 млн. долларов, против 27,5 млн. долларов в январе 2008 года, или увеличилось в 3,7 раза. Основным источником формирования отрицательного сальдо являются экспортно-импортные отношения операции с промежуточными товарами, основу которых составляют энергоносители.

Выход из кризиса предполагает расширение и укрепление внешних рынков. Правительством страны в настоящее время принимаются все возможные меры по сохранению существующих экспортных рынков и завоеванию новых, в том числе освобождающихся в связи с мировым финансовым кризисом.