

Таким образом, обеспечение финансовой безопасности является основой экономической безопасности страховщиков в целом, а также обеспечением независимости, прибыльности и финансовой устойчивости их деятельности.

1. Бобошко, Н.М. Оценка обеспечения финансовой безопасности сферы страхования // Инновационное развитие экономики. - 2017. - № 3 (39). - С. 210-215.

2. Машьянова, Е.Е. Финансовая безопасность страховых организаций в современных реалиях российской экономики // В сборнике: Повышение эффективности форм и методов распространения среди населения знаний по вопросам экономической и финансовой безопасности России, борьбы с теневыми доходами, противодействия финансирования терроризма, экстремизма, антигосударственной и деструктивной деятельности Сборник докладов Всероссийской научно-практической конференции. Под редакцией А.У. Альбекова. 2017. С. 169-172.

Научный руководитель

кандидат экономических наук,
доцент кафедры государственного и муниципального управления,
старший преподаватель кафедры менеджмента
Уральский государственный экономический университет
г. Екатеринбург, Россия

В настоящее время все маркетинговые программы построены на рекламе. В информационном обществе реклама оказывает большое влияние на культуру многих стран и общественное мнение людей, формируя стиль и образ жизни, указывает на моду, формирует привычки людей и вкусы, показывает, чем нужно питаться, лечиться и т.д.

Целью рекламы является оповещение людей различными способами о новых товарах или услугах. Пропаганда новых тенденций, направленная на потенциальных потребителей, служит продвижением товаров и услуг, создающих представление о каждом рекламируемом продукте [2].

Человек под влиянием рекламы превращается в объект манипуляций, сам того не понимая, и в этом объяснение эффективности рекламы. Сегодня реклама является мощной рекламной коммуникацией, которая создается всеми видами СМИ и киноиндустрией, поэтому, ее можно считать опасной для человека.

Особенно, данная ситуация угрожает подрастающему поколению, т.к. реклама обладает воспитательной мощностью. Молодое поколение составляет подавляющее большинство пользователей новых СМИ, способных попасть под влияние рекламы. Именно молодые люди находятся в эпицентре воздействия цифровой рекламной коммуникации, т.к. информацион-

Актуальные направления научных исследований

ные технологии, современные коммуникации, мобильные системы, создающие коммуникацию рекламного типа, стали неотъемлемой частью жизни молодого поколения [2].

По статистике эффективного интернет - маркетинга "Ливервеб" интернет и информационные технологии являются самым эффективным методом распространения и влияния рекламы на личность [3].

С целью

1. Катлип С., Сентер А., Брум Г Паблик рилейшнз. Теория и практика / Пер. с англ. - М.: Вильямс, 2000. - 322 с
2. Квиек М. Глобализация и высшее образование // Высшее образование в Европе. - 2001. - № 1. - С. 53-61.
3. Официальный сайт Leader-web.ru [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://www.leader-web.ru/blog/marketing/sravnenie_reklami/

магистрант
ФГБОУ ВО "Ростовский Государственный
Экономический Университет (РИНХ)"
г. Ростов-на-Дону, Россия

В соответствии со статьёй 22 пункта 10 Федерального закона от 31.05.2002 № 63-ФЗ "Об адвокатской деятельности и адвокатуре в Российской Федерации" коллегии адвокатов вправе создавать филиалы на всей территории Российской Федерации, а также на территории иностранного государства, если это предусмотрено законодательством иностранного государства. [1]

Филиалы коллегий могут быть выделенные и не выделенные на отдельный баланс.

Филиал адвокатского образования выделен на отдельный баланс имеет собственный расчетный счет, самостоятельно может осуществлять свою деятельность в качестве налогового агента, самостоятельно формирует показатели своей финансово хозяйственной деятельности. При этом под отдельным балансом понимается перечень показателей, установленных организацией для своих подразделений, отражающих его имущественное и финансовое положение на отчетную дату для нужд управления.

Филиалы, выделенные на отдельный баланс, обязаны самостоятельно вести бухгалтерский учет и составлять баланс, называемый внутренним. На основании которого будет составляться единый баланс адвокатского образования. Внутренний баланс филиала используется не только для составления единого баланса адвокатского образования, но и в целях осуществления головной организацией контрольных и аналитических функций. Так как внутренний баланс филиала является составной частью баланса организации, является документом внутренней отчетности, то представлять эту часть баланса в налоговую инспекцию по закону не нужно.

Формы, состав отчетности, сроки сдачи отчетности для филиала определяет головная организация. Помимо баланса в состав отчетности филиала могут входить оборотно-сальдовые ведомости по операциям филиала за отчетный период и другие учетные регистры, в которых будет содержаться более подробная аналитическая информация о финансовой деятельности филиала. Например, в таких регистрах может содержаться информа-