

<<广告法律制度>>

图书基本信息

书名：<<广告法律制度>>

13位ISBN编号：9787305048876

10位ISBN编号：7305048879

出版时间：2007-3

出版时间：南京大学出版社

作者：蒋恩铭

页数：263

字数：309000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<广告法律制度>>

内容概要

市场经济是法制经济，广告作为市场经济的重要元素与法律有着密切关联。

因此，广告法律法规是广告学专业学生需要学习和掌握的重要内容。

我国现行《广告法》制定于1994年，到今天已有20多年。

这期间，国务院、有关管理部门以及地方权力机关、行政机关制定了一系列与广告有关的法规、规章、规范性文件，这些法律、法规、规章和规范性文件构成了我国广告法律制度体系。

本书力图从社会主义市场经济法律体系构建的宏观背景出发，较为系统地介绍和阐述我国广告法律制度体系，既强调政府行政监管的基本职能，更突出广告活动主体应当具有的基本权利。

本书既是广告学专业学生的专业教材，也是广告实务界人士了解广告法律制度的参考资料。

<<广告法律制度>>

书籍目录

绪论第一章 广告法概述 第一节 广告法的概念和调整对象 第二节 广告法基本原则 第三节 广告法的渊源及与其他法律、法规的关系 第四节 广告法律关系 本章概念回顾 复习思考题第二章 广告准则 第一节 广告准则概述 第二节 广告的一般准则 第三节 特殊商品广告准则 本章概念回顾 复习思考题第三章 广告民事法律制度 第一节 广告民事主体 第二节 广告合同法律制度 第三节 广告代理制度 第四节 广告与知识产权制度 第五节 广告与人格权制度 本章概念回顾 复习思考题第四章 广告审查法律制度 第一节 广告行政审查制度 第二节 广告自律审查 本章概念回顾 复习思考题第五章 广告行政管理法律制度 第一节 广告行政管理概述 第二节 广告经营资格检查制度和广告监测制度 第三节 广告收费和广告语言文字管理制度 第四节 虚假广告的法律规制 第五节 广告活动中不正当竞争行为的法律规制 第六节 特殊类别广告的管理 本章概念回顾 复习思考题第六章 特定媒体广告发布法律制度 第一节 户外广告 第二节 印刷品广告 第三节 广播电视广告 第四节 网络与新媒体广告 本章概念回顾 复习思考题第七章 广告法律责任制度 第一节 方法法律责任的概述 第二节 广告违法行为的行政责任 第三节 广告违法行为的民事责任 第四节 广告活动中的犯罪行为及处罚 第五节 广告行政处罚复议及诉讼制度 本章概念回顾 复习思考题第八章 广告行业自律和社会监管管理 第一节 广告行业自律 第二节 社会监管管理 本章概念回顾 复习思考题第九章 台港澳地区及西方国家有关广告的法律制度 第一节 台港澳地区广告法律制度 第二节 英美法国家广告法律制度 第三节 大陆法国家广告法律制度 本章概念回顾 复习思考题后记

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>