

<<广告监督管理>>

图书基本信息

书名：<<广告监督管理>>

13位ISBN编号：9787563905195

10位ISBN编号：7563905197

出版时间：1998-08

出版时间：北京工业大学出版社

作者：杨同庆

页数：453

字数：480000

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>

<<广告监督管理>>

内容概要

本套教材的编写充分考虑到我国市场经济的发展与改革进程、背景和趋势，考虑到我国加入世贸组织后的新形势、新情况，尤其是近年来我国工商行政管理体制、市场监督执法体制改革的现状与趋势，以及工商行政管理教育培训的实际和特点，努力做到兼顾理论性与应用性、科学性与现实性、时代性与历史性，以便更好地满足社会需要。

<<广告监督管理>>

书籍目录

第一章 广告基础知识 第一节 广告的概念、分类和作用 第二节 广告媒介的特点 第三节 广告发展简史
第二章 广告与广告市场 第一节 市场经济体制与广告 第二节 广告市场 第三节 广告与整合营销 第四节 商品市场生命周期与广告策略第三章 广告主 第一节 企业广告部门的设置和组织结构 第二节 企业广告部门的职能 第三节 企业广告部门的经营管理 第四节 企业广告部门的广告企划第四章 广告公司 第一节 广告公司的经营模式与部门职能 第二节 广告服务与维系客户 第三节 广告活动策划第五章 广告监督管理概述 第一节 广告监督管理的定义与特点 第二节 广告监督管理的原则 第三节 广告行业自律 第四节 广告行业自律与广告监督管理的关系第六章 广告监督管理与广告行业组织的机构设置 第一节 广告监督管理的机构设置 第二节 对广告市场经营行为的监督管理 第三节 广告自律组织机构设置 第四节 WTO条件下广告监督管理与自律趋势研究第七章 广告监督管理的法律环境 第一节 广告监督管理的法律环境 第二节 主要的广告监督管理法律与法规第八章 广告市场准入监督管理 第一节 广告经营者应具备的条件和申请程序 第二节 对广告经营者的企业登记管理 第三节 营业执照、广告经营许可证与年检注册书第九章 广告市场经营行为监督管理第十章 对广告违法行为的处罚第十一章 外国广告监督管理附录后记

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>