

<<广告法规与管理>>

图书基本信息

书名：<<广告法规与管理>>

13位ISBN编号：9787564901066

10位ISBN编号：7564901063

出版时间：2011-12

出版时间：王悦彤、李明合 河南大学出版社 (2011-12出版)

作者：王悦彤，李明合 著

页数：270

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>

<<广告法规与管理>>

内容概要

《高等院校广告学专业应用型教材：广告法规与管理》分四编，共十五章。

横向上，明确了现代广告的两套伦理制度。

一是以法令性的政府法规、正式条文、指南和行业规范为基础的外部制度；二是依赖于人类对是非的共同判断标准的人际制度。

第一种制度包括正式条文，如政府和企业的法规指导，媒介的广告政策和广告代理的自律活动。

第二种制度由行业内的个体决策组成，这些决策是以对个人行为的即时效果和长期效果的伦理评判为基础的。

本书对这两套制度平行地进行剖析和研究，站在伦理道德的精神层面，在反思、借鉴中探讨中国现代广告业在提倡和谐社会、重构社会信用体系的今天，如何构建我国现代广告行业生态伦理道德精神及其理论价值。

<<广告法规与管理>>

书籍目录

第一编 喧嚣中的缘起——广告法规与管理综述 第一章 中国广告法规的历史沿革与现状 第一节 中国古代广告的发展与管理 第二节 中国近现代广告的发展与管理 第三节 新中国成立后的广告法规与管理 第二章 《广告管理条例》概述 第一节 《广告管理条例》的出台背景 第二节 《广告管理条例》的主体认知 第三节 《广告管理条例施行细则》 第三章 《中华人民共和国广告法》概述 第一节 《广告法》的性质和立法目的 第二节 《广告法》的调整范围及特点 第三节 《广告法》的基本原则与主要法律规定 第四章 中国广告法律体系及管理体制概述 第一节 我国广告法律体系概述 第二节 广告管理体制概述 第二编 繁华中的沉思——广告法规与管理的研究主体 第五章 广告准则的制定与实施 第一节 广告准则概述 第二节 我国基本广告准则的主要内容 第三节 我国专项广告准则的主要内容 第四节 我国广告准则的实施与完善 第六章 广告活动主体的管理 第一节 广告管理 第二节 对广告主的管理 第三节 对广告经营者的管理 第四节 对广告发布者的管理 第五节 广告活动主体管理的方法 第七章 广告审查 第一节 广告审查与广告审查制度 第二节 我国广告审查制度的发展历程 第三节 广告审查的法律法规 第四节 行政审查 第五节 自行审查 第八章 广告违法行为的法律责任 第一节 广告违法行为的概念及主体 第二节 广告违法行为的法律责任 第三节 行政复议和行政诉讼 第三编 沉思中的探索——广告法规与管理的规范化 第九章 特定媒体广告规范与管理 第一节 媒体广告经营的现状及管理的必要性 第二节 广播电视媒体广告规范与管理 第三节 网络媒体广告规范与管理 第四节 手机媒体广告规范与管理 第十章 特定行业广告规范与管理 第一节 针对医疗行业的广告管理 第二节 针对食品行业的广告管理 第三节 针对烟酒行业的广告管理 第四节 针对化妆品行业的广告管理 第五节 针对房地产行业的广告管理 第十一章 特定问题广告规范与管理 第一节 比较广告规范与管理 第二节 误导广告规范与管理 第三节 不良广告管理 第四节 植入式广告管理 第十二章 广告知识产权保护 第一节 广告知识产权保护的概念和内涵 第二节 广告知识产权保护的特点和对象 第三节 广告知识产权保护的现状与必要性 第四节 广告知识产权保护的法律实践 第四编 探索中的发现——广告法规与管理的完善 第十三章 广告道德规范 第一节 广告道德规范的概念与表现 第二节 广告道德规范的主体与道德原则 第三节 广告道德管理的重要性与现实意义 第十四章 广告行业自律 第一节 广告行业自律概述 第二节 广告行业自律的三大社会基础 第三节 广告活动主体的自律实践 第四节 广告行业组织的自律实践 第五节 国外广告自律实践经验 第十五章 美国、英国、日本广告监管借鉴 第一节 美国的广告监管 第二节 英国的广告监管 第三节 日本的广告监管

<<广告法规与管理>>

编辑推荐

王悦彤编著的《广告法规与管理(高等院校广告学专业应用型教材)》不拘泥于广告法规与管理的个案分析,更重要地是对广告法规与管理的研究做出发展性的思辨。通过典型案例的分析以及国外先进广告管理的借鉴,找出针对我国广告管理的有效策略,从而规范目前的广告市场,同时也为现行广告法的完善提供一定的理论和实践依据。

<<广告法规与管理>>

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>