

<<广告法规实用实训新编教程>>

图书基本信息

书名：<<广告法规实用实训新编教程>>

13位ISBN编号：9787807414179

10位ISBN编号：7807414170

出版时间：2008-9

出版时间：倪嵎、郢明、朱月昌 文汇出版社 (2008-09出版)

作者：倪嵎

页数：359

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>

<<广告法规实用实训新编教程>>

前言

这是一套以“立足应用型学科，强化实训教学”为特色的广告学系列教材。自1983年厦门大学首设广告学专业以来，我国的广告教育已走过了25个年头。当时被用作教材的仅有唐忠朴先生的《实用广告学》和傅汉章先生的《广告学》两本书。早期从事广告教学的老师们一边学、一边编写讲义、一边上课。到20世纪80年代中后期，第一批教材终于问世。20世纪90年代，广告教育大发展，广告学教材的出版也出现了一个小高潮。今天，林林总总的广告学教材已达数百种（册）。广告学是一门应用型学科。学科性质决定了我们的广告教学，既要让学生懂得传播学、市场学、心理学、公共关系学等基础理论，又要让学生掌握广告实务知识和操作技能。纵观国内的广告学教材，除美术类院系的一些平面设计类教材外，大多强调系统性、理论性、完整性（亦不乏堪称优秀的教材），但对专业实训则较少涉及，鲜有这方面的相关教材。鉴此，我们策划编写这套在传授相关基础理论的前提下，重在业务实训的教材。通过案例分析、实训讨论、习题思考等环节来体现本套教材的特色。因此，这套教材的基本思路就是：讲清相关知识点，深入剖析经典案例，设计实训环节（题目），完成实训作业，以期把学生培养成既有基础理论知识又有实务能力的广告专业人才。本套教材的编写，集合了多所高校及业界的学者、专家，以期博采众长。参编作者来自厦门大学、复旦大学、上海大学、上海外国语大学、上海师范大学、同济大学、上海工程技术大学、杉达大学、建桥学院、震旦学院、中华职业技术学院以及《中国广告》杂志社和多家广告公司。他们都有多年的一线教学和实战经验，完全能够胜任本套教材编写的基本宗旨要求，体现本套教材的特色专长。

<<广告法规实用实训新编教程>>

内容概要

《广告法规实用实训新编教程》最大特点是重实用实训，重案例教学，汇集了近年来典型的行政处罚案例及法院判决案例，帮助读者运用广告法规，结合相关的民法、刑法、知识产权法、行政法，对广告活动中经常遇到的有关法律问题进行分析解读，旨在提高解决实际问题的能力。

《广告法规实用实训新编教程》不仅适合相关专业的学生使用，而且适合广告企业的审查员、法务人员、广告监督管理机关执法人员使用。

<<广告法规实用实训新编教程>>

书籍目录

第一章 法学基础知识本章知识要点及教学要求第一节 法的概念及特征【实训一】判断法律规范与非法律规范【实训二】按照法律规范的后果的不同性质判断【实训三】区人民政府的规范性文件是不是法律第二节 法律规则【实训四】判断下列法条是法律规则还是法律原则第三节 法的渊源【实训五】判断中国法的渊源第四节 法的效力【实训六】判断法的效力等级及效力范围第五节 法律关系【实训七】指出法律关系主体、客体和内容三个构成要素【实训八】指出法律关系客体第六节 法律事实【实训九】判断事实与法律事实第七节 违法行为【案例】是复合违法行为还是同一个多项违法行为【实训十】是复合违法行为还是同一个多项违法行为第八节 法律责任【实训十一】是行政处罚还是行政处分本章小结本章习题第二章 广告法规概述本章知识要点及教学要求第一节 《广告法》的立法背景及立法宗旨第二节 《广告法》的概念、结构及主要内容第三节 《广告法》的适用范围【相关规定】关于对成都百美餐饮食品有限公司“餐券广告案”处理意见的批复关于在产品包装物上宣传、介绍产品是否属于广告问题的答复关于股评资料卡是否属于广告问题的答复关于产品包装物出现“极品”字样问题的处理意见关于媒体刊登的“股市行情”是否属于广告问题的答复关于认定利用书信形式发布广告问题的答复关于企业以图书形式发布广告有关问题的答复【案例一】学校使用教师肖像所作的招生广告是商业广告还是公益性广告【实训一】企业形象宣传是否属于商业广告第四节 《广告法》基本原则【案例二】房产虚假广告【案例三】广告中商标侵权【案例四】广告语的著作权【案例五】堕胎的医疗广告【实训二】大学生网上开店宣传、销售“色狼证”安全套礼品【相关规定】关于对制售“地主家酒”行为如何定性的答复【案例六】“震惊医学界的抗癌鲜药”的药品广告【实训三】房地产开发有限公司企业形象广告【实训四】招生广告【实训五】“伯芬两克拉八心八箭钻戒”广告【案例七】夸张的科幻广告不是虚假广告【相关规定】对《关于对免费做广告活动如何处理的请示》的批复【案例八】4A广告公司虚报广告费，被判赔北京奔驰580万【实训六】广告公司抄袭、模仿他人广告作品行为第五节 广告监督管理机关【相关规定】关于户外广告监督管理有关问题的答复【案例九】工商局因藏秘排油茶广告不作为败诉本章小结本章习题第三章 广告准则本章知识要点及教学要求第一节 广告内容的基本准则【案例一】麦当劳，男子下跪【案例二】恒源祥十二生肖广告【案例三】广州某医院结石治疗中心的恶搞英雄的《生活伴侣》广告宣传册【实训一】广告使用与国旗排列、大小、格式相同的五颗五角星【相关规定】关于严禁在商业广告中使用国家机关名义的紧急通知关于禁止利用党和国家领导人的形象做商业促销宣传的通知【案例四】扮成伟人代言楼盘广告违反广告法（附图）【实训二】用结婚证做广告【实训三】某牛奶品牌用神舟五号中国航天员做广告【案例五】“结石通茶”广告【实训四】“美宝莲蜂姿减肥胶囊”保健食品广告【实训五】在烟盒上标注“顶级”、“极品”文字【实训六】某电子监控有限公司在网络上宣传推销手机跟踪窃听器【案例六】“美女乳沟开瓶盖”电视广告【实训七】判断广告语是否合法【相关规定】关于制止在公众聚集场所进行裸体的人体彩绘表演活动的通知【案例七】淫秽广告【案例八】迷信广告【实训八】在广告中使用“观世音菩萨”像【案例九】丰田新车广告【案例十】野生动物餐厅广告【案例十一】涉嫌侵犯奥林匹克标志专有权第二节 对未成年人和残疾人的特殊保护规定第三节 广告内容表述和赠送礼品广告的规定【案例十二】“劲霸男装”广告第四节 对使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语的规定【相关规定】关于对企业及其产品在境外的市场占有率、排序的内容在广告中使用问题的答复【案例十三】“嘉梦宝”蚕丝被包装盒第五节 对涉及专利产品和专利方法的规定【案例十四】假冒专利的虚假广告案第六节 不得含有贬低他人商品或者服务内容的规定【案例十五】比较广告中不正当竞争第七节 广告应当具有可识别性和禁止新闻广告的规定【案例十六】工商局因认定某医院的节目不是广告而败诉第八节 药品、医疗器械广告的特殊规定【案例十七】某药品虚假违法广告【案例十八】超出药品说明书范围的药品广告【案例十九】玉丹荣心丸药品虚假广告【案例二十】“氧立得系列多用途便携式制氧器”医疗器械违法广告【实训九】“黄龙咳喘胶囊”广告【实训十】治愈率或者有效率的药品广告第九节 对农药广告的特殊规定第十节 烟草广告的特殊规定【相关规定】关于利用音像制品发布烟草广告有关问题的答复关于与烟草制品有关的商品、服务广告是否认定为烟草广告的答复第十一节 食品、酒类、化妆品广告特殊规定【案例二十一】智灵通牌脑灵通软胶囊保健品虚假广告【案例二十二】化妆品虚假广告【案例二十三】“参龟固本酒”违法广告【案例二十四】使用与药品相混淆的用语保健食品广告【

<<广告法规实用实训新编教程>>

实训十一】“苗毅韧牌胰衡片”食品广告【实训十二】“含羞草雨水靓肤露”化妆品广告【实训十三】清扬男士海飞丝去屑洗发露等化妆品广告【实训十四】欧王葡萄酒广告本章小结本章习题第四章 广告活动本章知识要点及教学要求第一节 依法订立书面合同的规定第二节 广告活动中禁止不正当竞争的规定【案例一】比较广告中贬低他人产品构成不正当竞争【实训一】“杀毒软件，就是卡巴斯基”第三节 对广告主从事广告活动的规定【案例二】广告内容不符合核定的经营范围第四节 对广告经营者、广告发布者从事广告活动的规定【相关规定】关于广告经营登记管理有关问题的答复【相关规定】关于处置非法集资活动中加强广告审查和监管工作有关问题的通知【案例三】未能提供广告主真实信息构成虚假广告，广告公司被判赔偿【案例四】广告发布者没有依法查验广告证明、核实广告内容致使违法广告发布【案例五】某报发布不能提供广告主真实名称和地址的虚假广告而赔偿受害者第五节 对涉及他人人身权利的保护性规定【案例六】广告中肖像权纠纷第六节 设置户外广告的规定【案例七】户外广告未经工商行政管理机关登记本章小结本章习题第五章 广告的审查本章知识要点及教学要求第一节 对特殊商品广告进行审查的规定【案例一】谎称有进口先进医疗设施虚假广告案例【案例二】某女子医院虚假医疗广告【案例三】未经卫生行政部门审查擅自发布医疗广告第二节 对特殊商品广告审查程序的规定【案例四】未取得该药品广告的审批文号【案例五】医疗器械广告超越审查核准内容【实训一】“固肠胶囊”广告超越审查核准内容第三节 广告审查决定文件权威性的规定【案例六】擅自篡改审查核准内的“咳喘顺丸”违法广告本章小结本章习题第六章 法律责任本章知识要点及教学要求第一节 法律责任概述【相关规定】停止广告主、广告经营者、广告发布者广告业务实施意见第二节 违法广告行为的概念及种类第三节 发布虚假广告的行政责任和刑事责任【相关规定】《中华人民共和国刑法》第二百二十二条【案例一】“德国欧典”地板违法宣传被巨额罚款【案例二】全国首例医疗虚假广告罪案【实训一】儿童食品广告【实训二】推销黑豚种广告第四节 发布虚假广告的民事法律责任【相关规定】《消费者权益保护法》（摘录）《民法通则》（摘录）【案例三】不承认做广告也要承担民事法律责任第五节 违反广告基本准则的法律责任第六节 违反一般广告准则的法律责任第七节 违反特殊商品广告准则及禁止规定的法律责任第八节 违法发布烟草广告的法律责任第九节 特殊商品广告未经依法审查的法律责任第十节 提供虚假证明文件等行为的法律责任第十一节 广告审查机关违法审查广告的法律职责第十二节 广告监督管理和审查机关的工作人员违法行为的法律职责第十三节 广告中侵权行为的民事法律责任【相关规定】《中华人民共和国著作权法》（摘录）【案例四】美发广告擅用人造美女像，赔偿2.8万元【案例五】悬赏广告（其他侵犯他人合法民事权益的广告）【实训三】在公益广告中使用他人的摄影作品是否构成侵犯著作权第四节 关于行政复议和诉讼程序的规定本章小结本章习题第七章 国外及中国港澳台地区与中国内地广告管理的比较本章知识要点及教学要求第一节 国际广告立法及广告管理第二节 欧盟的广告立法及广告管理第三节 美国的广告立法及广告管理【案例一】“正宗意大利果冻”【案例二】橙汁强烈暗示的确是新鲜制品第四节 英国的广告立法及广告管理第五节 法国的广告立法及广告管理第六节 日本的广告立法及广告管理第七节 加拿大的广告立法及广告管理第八节 其他国家和中国港澳台地区的广告管理主要特点第九节 国外及中国港澳台地区与中国内地广告管理的比较本章小结本章习题综合习题综合应用案例附录 广告监督管理法律、法规、规章《中华人民共和国广告法》《广告管理条例》《广告管理条例实施细则》《关于促进广告业发展的指导意见》《广播电视广告播放管理暂行办法》《广告经营许可证管理办法》《广告语言文字管理暂行规定》《户外广告登记管理规定》《印刷品广告管理办法》《食品广告发布暂行规定》《酒类广告管理办法》《化妆品广告管理办法》《烟草广告管理暂行办法》《医疗广告管理办法》《房地产广告发布暂行规定》《药品广告审查发布标准》《药品广告审查办法》《医疗器械广告审查标准》《医疗器械广告审查办法》《农药广告审查标准》《农药广告审查办法》《兽药广告审查办法》《保健食品广告审查暂行规定》 参考答案参考书目后记

<<广告法规实用实训新编教程>>

章节摘录

第一章 法学基础知识本章介绍了法的概念及基本特征、法律规范的概念及种类、法律原则的概念及分类、中国法的渊源、法的效力等级及法的效力范围、法律关系构成要素、法律事实的概念及种类、法律责任的概念及方式。

通过学习本章法学基础知识理论，掌握法律、法规、规章之间的区别与联系，以及上位法与下位法、普通法与特别法、前法与后法的适用原则，掌握法律关系的构成要求，法律责任的种类及承担方式。使非法律专业的广告学的学生、广告企业审查员、广告监督执法人员能正确理解广告法规，为学习运用广告法规掌握基本法学理论知识。

在学习本章前，我们先来分析一个案例。

【案例】某广告公司于1995年1月26日在某县级市电视台电视购物频道上发布了一则保健食品广告，1995年2月1日因被消费者发现虚假而投诉工商局并案发。

当地工商局于1995年2月2日立案调查，经过一个月的查证，该广告所述的抗癌、降高血压、高血脂的功能纯属虚构；广告公司、电视台未向企业索取、查验卫生部门的保健食品广告证明。

广告公司、电视台人员表示不知道这种保健食品没有抗癌、降高血压、高血脂的功能，因为他们不是生物工程的专业人士。

为此，工商局准备于1995年3月6日予以结案并作出处罚。

此时，工商局内部是适用《中华人民共和国广告法》（以下简称《广告法》），还是适用《广告管理条例》或《中华人民共和国消费者权益保护法》（以下简称《消费者权益保护法》）或《中华人民共和国反不正当竞争法》（以下简称《反不正当竞争法》）等法律规范进行处罚；是对广告公司进行处罚或对发布广告的电视台进行处罚，还是对广告主、广告公司、发布广告的电视台一并进行处罚，意见分歧很大。

为什么呢？

因为，这里涉及法律关系、法律事实、法的效力等级及法的效力范围等法律原理问题，也就是法学基础理论知识问题。

第一，适用什么法律规范进行处罚。

后记

《广告法》颁布实施至今，配套的广告法规、规章经过多次废、改清理，广告业的情况也发生较大变化，原有的类似教材已与现行广告规定相左。

为此，作者应广告界及教育界之需求，及时编写了本教材。

本书最大特点是重实用实训，将广告法与相关的民法、刑法、知识产权法、行政法综合运用，并将法条、法理、案例、习题进行串联，既有理论又有实践，还配置了一些图片，对教授与学习者具有较强的实用性。

在教与学中，需注重案例教学，运用广告法规及相关的民法、刑法、知识产权法、行政法对广告活动中法律问题进行综合分析研究，掌握解决实际问题的能力，切忌机械地以法论法。

本书编写中得到了中国广告协会秘书长时学志的指导，得到了上海市工商局广告监督管理处处长缪钧的指导及帮助，还得到了邵明、梅忆等专家的指点，在此一并表示衷心感谢！

本书作者系华东政法学院法律系毕业，上海震旦学院广告系副教授，广告专业主任。

自1982年2月6日国务院颁布《广告管理暂行条例》即在工商行政管理机关从事广告监督管理工作，并先后任商标广告监督管理科、经济检查科、法制科科长，上海市工商局干部学校兼职教师，上海市工商局商标所副所长，上海市广告协会助理秘书长，上海市广告业资质认定委员会委员兼办公室主任，《中国广告》杂志社社委会副主任，上海广告湾、上海金点智慧企业顾问公司总经理。

既有丰富的实践经验，又有扎实的理论研究和教学功底。

1990年曾与同事合著上海辞书出版社出版《日常经济生活顾问》，负责广告法规篇的撰写；还先后在《工商行政管理》、《中国广告》等专业刊物发表《从法律角度看广告回扣》、《论几则问题广告的法制标准》等多篇研究文章。

本书所用部分图片，因无法与作者取得联系，在此除表示衷心感谢外，请与我们联系，将以酬备奉。

<<广告法规实用实训新编教程>>

编辑推荐

《广告法规实用实训新编教程》：广告实用实训系列。

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>