

<<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：9787040151725

10位ISBN编号：7040151723

出版时间：2004-8

出版时间：高等教育出版社

作者：刘林清

页数：236

字数：370000

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

本书是高等院校广告专业系列教材之一。

全书共九章，内容包括：广告监督管理概述、我国广告监督管理的沿革、广告监督管理机构、对广告经营者的审批登记管理、对特殊商品广告的监督管理、对广告违法行为的行政处罚、优秀广告作品评选组织、外国广告管理。

书后附录包括：《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》、《中国广告协会章程》（节选）。

本书对我国广告法律环境的论述全面，既有较强的理论性，又具有一定的实用性。

本书适合作为高等院校广告专业的教材，也可作为从事广告监管和广告经营工作的相关人员的参考读物。

<<广告监督管理>>

书籍目录

第一章 广告监督管理概述 第一节 广告与广告监督管理 第二节 广告监督管理的原则 第三节 广告行业自律的作用 第四节 广告监督管理的发展趋势及对策第二章 广告监督管理的沿革 第一节 国民经济恢复时期的广告监督管理（1949—1952年） 第二节 第一个五年计划时期的广告监督管理（1953—1957年） 第三节 “大跃进”和经济调整时期的广告监督管理与自律（1958—1965年） 第四节 “文化大革命”期间广告事业遭到严重摧残（1966—1976年） 第五节 开创社会主义现代化建设新局面时期的广告监督管理与自律（1977年至今）第三章 广告监督管理机构 第一节 广告监督管理机构设置 第二节 对广告市场的监督管理 第三节 广告自律组织机构设置 第四节 广告监督管理的法律环境第四章 对广告经营者的审批登记管理 第一节 广告经营者申请审批登记的程序 第二节 对广告经营者的企业登记管理 第三节 对广告企业的监督管理 第四节 营业执照、广告经营许可证与年检注册书第五章 对特殊商品广告的监督管理（上） 第一节 主要的广告监督管理制度 第二节 广告发布监督管理的一般规则 第三节 对药品、医疗和医疗器械广告的监督管理 第四节 对烟草、酒类、兽药和农药广告的监督管理第六章 对特殊商品广告的监督管理（下） 第一节 对食品、化妆品和印刷品广告的监督管理 第二节 对店堂和户外广告的监督管理 第三节 对网络、电视直销和专利广告的监督管理 第四节 对临时性广告经营、房地产和自费出国留学中介服务广告的监督管理 第五节 对家用电器、金融和其他广告的监督管理第七章 对广告违法行为的行政处罚 第一节 广告违法行为的概述 第二节 广告违法行为的表现及行政处罚 第三节 广告行政处罚、行政复议与行政诉讼 第四节 广告监督管理的行政处罚文书第八章 优秀广告作品评选组织 第一节 中国广告协会对优秀广告作品的评选 第二节 中国其他优秀广告评选组织 第三节 国际著名优秀广告作品评选活动第九章 外国广告管理 第一节 国际广告组织 第二节 外国广告管理 第三节 外国广告管理比较研究附录1 中华人民共和国广告法附录2 广告管理条例附录3 广告管理条例施行细则附录4 中国广告协会章程（节选）参考文献

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>