## <<现代广告管理>>

### 图书基本信息

书名:<<现代广告管理>>

13位ISBN编号: 9787309023527

10位ISBN编号: 7309023528

出版时间:1999-11

出版时间:复旦大学出版社

作者:张大镇

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

### <<现代广告管理>>

#### 内容概要

#### 内容提要

本书是一部立足于我国广告业发展的规范与监督层 面,详尽阐述广告管理有关理论、制度和知识的著作。

本书内容涵盖三个层次。

第一章至第三章为第一个

层次,介绍了广告和广告管理的基本理论、基础知识,并结合广告管理涉及的法律、法规和基本业务内容,阐述了广告管理的法律制度和包括广告审查制度、代理制度、合同制度等在内的七方面的广告管理业务制度。

#### 通过对这

一部分内容的阅读,可以对广告管理有基础性、全貌性的 了解。

第二个层次为本书的主体,内容包括第四章至第十章,该部分从广告管理的不同方面,全面阐述了对广告主的管理、对广告经营的管理、对广告内容和程序的管理、对专项广告的管理以及对广告违法行为的处罚等内容。

该部分内容可使读者对广告管理的实务能有深入细 致的掌握。

第三个层次,即本书的最后两章,是从借鉴的 角度,介绍了国际以及港台地区广告管理的有关情况,可 以开阔眼界,给读者以有益的启迪。

# <<现代广告管理>>

### 书籍目录

目录
第一章广告管理概述
第一节 广告概述
一广告的概念
二广告的分类
三广告的性质和作用
四 中国广告业发展概况
第二节广告管理概述
一广告管理的含义
二广告管理的性质和作用
三广告管理的原则
四 中国广告管理的体制和职能
第三节 中国广告管理的历史
一国民经济恢复时期的广告管理(1949 - 1952年)
二第一个五年计划时期的广告管理(1953 - 1957年)
三 " 大跃进 " 和国民经济调整时期的广告管理
(1958 - 1965年)
四"十年动乱"时期的广告管理(1966 - 1976年)
五十一届三中全会以来的广告管理(1978年至今)
第二章 广告管理法律制度概述
第二章 广告法的概念与调整对象
一广告法的概念
二广告法的调整对象
第二节 广告法的渊源与基本原则
一广告法的渊源
二广告法的基本原则
第三节 广告法律关系
一广告法律关系的概念
二广告法律关系的构成
三广告法律关系的保护
第三章广告管理制度
第一节广告审查制度
一广告审查制度的基本形式
二广告审查制度存在的问题及发展方向
第二节广告代理制度
一广告代理制的含义
二广告代理制的分工
三实行广告代理制的必然性
四推行广告代理制的意义
五 我国广告代理制发展的方向
六 国际广告代理制发展中的几个问题
第三节广告合同制度
一广告合同的含义、分类和特征
二广告合同的主要条款
三广告合同制度

### <<现代广告管理>>

四广告设计、制作合同
五 广告发布合同
六 广告代理合同
第四节广告业务档案制度
一 广告业务档案的含义
二 建立广告业务档案的意义
三广告业务档案的保存时间
第五节 广告收费制度
一 广告收费管理的必要性和依据
二广告收费应遵循的基本原则
三广告服务收费管理制度
四 广告业务专用发票制度
第六节 其他广告管理制度
一广告业务员证制度
二广告专业技术岗位资格培训制度
第四章 对广告主的管理
第一节 对广告主管理的目的
一 对广告主管理的必要性
二广告主的义务
第二节 对广告主的验证管理
一验证管理的意义
二 验证管理的内容
第五章 对广告经营的管理
第一节 我国广告经营情况概述
一广告经营的概念
二我国广告经营者的发展特点
三 我国广告发布者  广告媒介的发展状况
第二节 对广告经营者的管理
一对广告经营者的审批管理
二 对广告经营者的审查
三 对广告经营资格的检查制度
第三节 对临时性广告经营的管理
一临时性广告经营的概念和管理范围
二 申请临时性广告经营应具备的条件
三 临时性广告经营的审批登记程序及应提交的
文件 证件
· ··· —··
第四节 对广告发布者的管理
一 广告发布者的概念
二 对广告发布者的审批登记
三对广告发布者的广告承接登记、审核、档案管理制度
第六章 对广告内容和程序的管理
第一节 广告内容管理概述
一 广告内容管理的宗旨
二广告内容真实性的含义和基本要求
三广告内容合法性的含义和基本要求
四 广告内容科学性的含义和基本要求

五广告内容思想性的含义和基本要求

# <<现代广告管理>>

第二共产生的语言交易答用
第二节广告的语言文字管理
一广告语言文字管理的范围
二广告使用语言文字的主要规定
三 关于方言在广告中的使用问题
四 关于外国语言文字在广告中的使用问题
五广告用语用字的禁止性规定
第三节 药品、医疗器械、农药、兽药广告的管理
一药品、医疗器械、农药、兽药四种商品的定义
及四种商品广告的管理依据
二 药品、医疗器械、农药、兽药四种商品广告的审查标准
三审查的程序性规定
第四节 医疗广告管理
一 医疗广告的概念及医疗广告管理的依据
二 医疗广告管理的必要性
三 医疗广告管理的内容
第五节 烟、酒广告管理
一烟草、酒类广告的含义和管理范围
二烟草、酒类广告发布的媒体限制
三烟草、酒类广告的发布标准
四 烟草、酒类广告发布的程序性规定
五 对于烟草、酒类广告相关事项的规定
第六节 食品广告管理
一 食品广告管理的对象和依据
二 食品广告发布的证明材料
三 食品广告发布的标准
第七节 化妆品广告管理
一 化妆品广告管理的依据和对象
二化妆品广告的发布标准
三化妆品广告发布的证明材料
第八节 房地产广告管理
一房地产广告管理的范围和目的
· · · · · · · · · · · · · · · · · ·
二房地产广告发布的证明材料
三房地产广告发布的标准
第七章 专项广告管理
第一节 户外广告管理
一 户外广告管理的重要性
二 户外广告管理的对象和内容
三 户外广告管理的地方性规定
第二节 印刷品广告管理
一 印刷品广告的有关概念
二印刷品广告管理的必要性
三 印刷品广告管理的内容
四 两种特殊形式印刷品广告的管理
第三节店堂广告管理
一 店堂广告管理的对象和目的

二店堂管理者对店堂广告应履行的义务

三店堂牌匾广告的登记管理

# <<现代广告管理>>

四 对店堂广告经营的管理
五 店堂广告管理与其他相关广告管理
第四节 电子显示屏广告管理
一广告显示屏管理的范围
二广告显示屏的设立审批制度和监督管理制度
三 对广告显示屏播放的广告内容及其他信息内容的要求
四 广告显示屏经营单位应当履行的义务
第八章 广告的道德规范管理
第一节广告与道德规范
一 广告与道德规范密切相关
二广告活动中不道德行为的具体表现
三广告道德规范的具体内容
第二节 公益广告管理
一 公益广告的特点
二 公益广告的管理
第九章 涉外广告管理
第一节 涉外广告的含义与作用
一 涉外广告的含义
二 涉外广告的产生与意义
第二节 涉外广告管理
一 外商来华广告宣传的管理
二出口广告宣传的管理
三 港、澳、台地区广告宣传的管理
四 涉外广告的登记管理
五 对广告作品参加国际评比及展示活动的管理
第十章广告违法行为的法律责任
第一节 广告法律责任制度概述
一广告违法行为的概念和构成要件
二广告违法行为的种类及表现形式
三广告违法行为的法律责任
四 共同广告违法行为和数种广告违法行为
第二节 广告违法行为的行政责任
一 广告违法行为行政责任的概念
二广告违法行为行政处罚的原则
三广告违法行为行政处罚的情节
四 广告违法行为行政处罚的形式
五 各类广告违法行为的行政处罚
第三节广告违法行为的民事责任和刑事责任
一广告违法行为民事责任的概念及构成要件
二广告违法行为民事责任的法律规定
三 广告违法行为民事责任的形式
四广告违法行为损害赔偿的原则
五广告共同损害赔偿
_ · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
六广告违法行为的民事责任
七广告违法行为的刑事责任
第四节广告行政处罚的复议和诉讼

一广告违法行为行政处罚的复议

### <<现代广告管理>>

二广告行政诉讼 第十一章 我国港台地区的广告业及其管理 第一节 香港特别行政区的广告业及其管理 一 香港特别行政区广告业的发展概况 二 香港特别行政区的广告业管理 第二节 台湾地区的广告业及其管理 一 台湾地区广告业发展概况 二 台湾地区的广告管理 第十二章 国际广告的发展及管理 第一节 国际广告管理概述 一 国际广告和国际广告组织 二 国际广告管理的有关规则 第二节 美国的广告业及其管理 一美国广告业发展概况 二美国政府对广告业的管理 三 美国广告业的行业自律 四 美国广告管理中若干特殊问题的规定 第三节 英国的广告业及其管理 一 英国广告业发展概况 二英国有关广告的法律规定 三英国广告业的自律 四 对若干广告热点问题的规定 第四节 日本的广告业及其管理 一 日本广告业发展概况 二日本政府对广告业的管理 三 日本广告行业自律规定 四消费者对广告的监督管理 第五节 澳大利亚的广告业及其管理 一 澳大利亚广告业发展概况 二澳大利亚政府管理广告的主要机构和职责 三 澳大利亚广告业的自律机构及职责 四 澳大利亚广告管理的具体规定 附录1中华人民共和国广告法

附录2广告管理条例

附录4广告审查标准

后记

附录3广告管理条例实施细则

附录5关于加快广告业发展的规划纲要

## <<现代广告管理>>

### 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