

<<广告经营管理>>

图书基本信息

书名：<<广告经营管理>>

13位ISBN编号：9787500534495

10位ISBN编号：7500534493

出版时间：中国财政经济出版社

作者：王忠诚

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>

<<广告经营管理>>

内容概要

全书共10章，简要地论述了广告经营管理的基本原理、国家对广告的管理、广告审查、广告公司的管理、广告法规、广告道德、广告的社会监督与广告的行业自律、广告纠纷与广告管理等问题。

该书对广告实践具有指导意义。

此书可作为广告管理学教材和教学参考书，也可作为广告人员和广告管理工作者的参考用书。

作者简介

王忠诚

男，1965年生于吉林省长

春市。

法律系毕业，广告学副教授。

并

研修过新闻学、广告学、公共关系学等多门学科。

作者1988年开始从事广告科学、

艺术研究、公共关系等工作。

曾在深圳

世界建筑导报社任采访部副主任、深圳南方广告公司业务部主任。

现任吉林省

松花江大学广告系主任、吉林省百思特国际广告博览有限公司策划总监、长春市广告研究会会长。

<<广告经营管理>>

书籍目录

- 第一章
 - 第一节 广告管理的基本概念
 - 第二节 广告管理的意义
 - 第三节 广告管理的基本原则
- 第二章
 - 第一节 国家管理广告的含义与职能
 - 第二节 国家管理广告的范围与内容
 - 第三节 国家管理广告的手段
- 第三章
 - 第一节 广告审查概述
 - 第二节 广告审查的内容与方法
- 第四章
 - 第一节 各类广告的审查
 - 第二节 广告审查责任与处理
 - 第三节 广告行政处罚复议与诉讼
- 第五章
 - 第一节 广告公司的机构设置与职能划分
 - 第二节 广告公司的行政管理
- 第六章
 - 第一节 广告公司的人事管理
 - 第二节 广告公司的业务管理
 - 第三节 广告公司的财务管理
- 第七章
 - 第一节 广告法规与广告管理
 - 第二节 广告法规的结构与分类
 - 第三节 广告法规的内容与实施
- 第八章
 - 第一节 广告道德概述
 - 第二节 广告道德规范与基本内容
 - 第三节 广告道德的实施
- 第九章
 - 第一节 广告的社会监督
 - 第二节 广告的行业自律
- 第十章
 - 第一节 广告纠纷的起因
 - 第二节 广告纠纷的类型
 - 第三节 正确对待广告纠纷
- 附录
 - 中华人民共和国广告法
 - 广告管理条例
 - 广告管理条例施行细则
 - 广告审查标准（试行）

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>