

<<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：9787563905195

10位ISBN编号：7563905197

出版时间：1998-08

出版时间：北京工业大学出版社

作者：杨同庆

页数：453

字数：480000

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

本套教材的编写充分考虑到我国市场经济的发展与改革进程、背景和趋势，考虑到我国加入世贸组织后的新形势、新情况，尤其是近年来我国工商行政管理体制、市场监督执法体制改革的现状与趋势，以及工商行政管理教育培训的实际和特点，努力做到兼顾理论性与应用性、科学性与现实性、时代性与历史性，以便更好地满足社会需要。

<<广告监督管理>>

书籍目录

第一章 广告基础知识 第一节 广告的概念、分类和作用 第二节 广告媒介的特点 第三节 广告发展简史  
第二章 广告与广告市场 第一节 市场经济体制与广告 第二节 广告市场 第三节 广告与整合营销 第四  
节 商品市场生命周期与广告策略第三章 广告主 第一节 企业广告部门的设置和组织结构 第二节 企业  
广告部门的职能 第三节 企业广告部门的经营管理 第四节 企业广告部门的广告企划第四章 广告公司  
第一节 广告公司的经营模式与部门职能 第二节 广告服务与维系客户 第三节 广告活动策划第五章 广  
告监督管理概述 第一节 广告监督管理的定义与特点 第二节 广告监督管理的原则 第三节 广告行业自  
律 第四节 广告行业自律与广告监督管理的关系第六章 广告监督管理与广告行业组织的机构设置 第  
一节 广告监督管理的机构设置 第二节 对广告市场经营行为的监督管理 第三节 广告自律组织机构设  
置 第四节 WTO条件下广告监督管理与自律趋势研究第七章 广告监督管理的法律环境 第一节 广告监  
督管理的法律环境 第二节 主要的广告监督管理法律与法规第八章 广告市场准入监督管理 第一节 广  
告经营者应具备的条件和申请程序 第二节 对广告经营者的企业登记管理 第三节 营业执照、广告经营  
许可证与年检注册书第九章 广告市场经营行为监督管理第十章 对广告违法行为的处罚第十一章 外国  
广告监督管理附录后记

#### 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>