

<<广告道德研究>>

图书基本信息

书名：<<广告道德研究>>

13位ISBN编号：9787801554802

10位ISBN编号：7801554809

出版时间：2003-4

出版时间：中国物价出版社

作者：张金花，王新明 著

页数：356

字数：304000

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>

<<广告道德研究>>

内容概要

该书涉猎的是一个崭新的领域。

在广告研究和广告业中、广告道德问题普遍存在却问及很少。

作者经数年研究，初步建立起社会主义广告道德体系框架，对广告道德的本质、功能、范畴，以及广告道德的管理、实施及评价等多个角度、多个层面进行了分析阐述。

是广告学人、广告从业人员的必修教材。

<<广告道德研究>>

作者简介

张金花，河北经贸大学副教授。
长期从事经济、社会学等方面的教学和科研工作。
多次主持完成国家社科基金项目 and 省级社科规划研究项目。
发表学术论文数十篇，现在攻读博士学位。

<<广告道德研究>>

书籍目录

绪论第一章 广告道德的历史沿革、本质与基本功能 一、广告道德的产生与发展 二、广告道德的本质 三、广告道德的功能第二章 社会主义广告道德体系的构建 一、社会主义广告道德的提出 二、构建社会主义广告道德体系的社会条件 三、社会主义广告道德体系的基本构成第三章 社会主义广告道德基本原则 一、社会主义广告道德原则的确立 二、广告道德原则在社会主义广告道德体系中的地位和作用第四章 社会主义广告道德基本规范 一、社会主义广告道德规范的基本内容 二、广告道德规范在社会主义广告道德体系中的地位和作用第五章 社会主义广告道德基本范畴 一、社会主义广告道德范畴的基本内容 二、广告道德范畴在社会主义广告道德体系中的地位和作用第六章 社会主义广告道德建设 一、广告道德教育 二、广告道德管理 三、广告道德实施 四、广告道德评价第七章 广告道德与广告行为规范化 一、广告规范化的意义 二、广告规范化的基本途径 三、广告道德与法律规范、行政管理的优势互补 四、广告道德在广告规范化中的作用第八章 广告道德与广告活动规律性第九章 广告道德与广告人格化第十章 广告道德与科学技术第十一章 广告道德与传统道德第十二章 广告道德与广告文化(上)第十三章 广告道德与广告文化(下)第十四章 广告道德与网络广告第十五章 国外广告伦理要求概述附录一 中华人民共和国广告法附录二 广告活动道德规范主要参考文献后记

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>