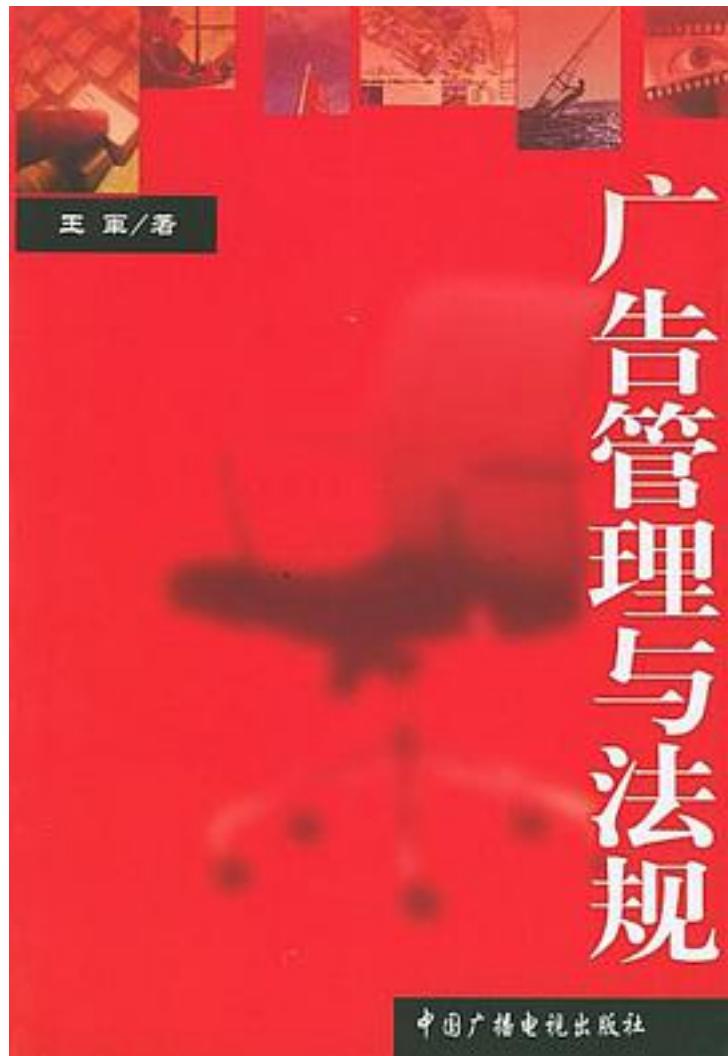


# 广告管理与法规



[广告管理与法规 下载链接1](#)

著者:王军

出版者:中国广播电视台出版社

出版时间:2003-6-1

装帧:平装(无盘)

isbn:9787504341082

本书从我国广告管理的法律规范、行业自律规则和社会监督特色三个层面，详尽地阐述了有关广告管理的基本理论、基本制度、活动规则和行为规范等。

本书内容涵盖了三个层次：

第一个层次——第一章至第四章：基本理论篇。阐述了广告的基本理论、广告管理的基本理论、广告管理的法律体系、自律体系、社会监督体系和广告管理的基本制度（包括广告合同制、广告代理制、广告审查制、广告收费制、广告业务档案制）等内容。

第二个层次——第五章至第十章：广告活动管理篇。阐述了对广告主体、对广告经营活动的管理、对广告发布行为的管理等内容；对特殊商品广告和专项广告的管理；对虚假违法广告的管理等内容。

第三个层次——第十一章：介绍了国外广告业和广告管理的有关情况。

本书在写作中，办求理论性强，实用价值高。书中附有案例分析题、广告审查员资格考试题和主要法律法规，不仅适合高校广告专业的本科生、大专生、研究生系统地掌握广告与法规方面的知识；而且适合于企业广告组织的广告人员、广告公司的专业人员、媒介广告部的广告工作人员在签订广告合同、代理广告业务、提交或审查广告证明文件、支付广告费用、建立广告业务档案以及对特殊商品广告和专项广告的申请、审查过程提供行动指南。

作者介绍：

目录: 第一章 广告的基本原理  
第二章 广告管理的基本原理  
第三章 我国广告管理的法律体系  
第四章 对广告活动主体的管理  
第五章 广告经营活动规范  
第六章 对广告发布活动的监督管理  
第七章 特殊商品广告的管理  
第八章 专项广告管理  
第九章 对广告违法行为的处罚  
第十章 国外广告管理概况  
附录一 广告案例分析题  
附录二 广告审查员资格考试题  
附录三 广告法律、法规  
参考书目  
· · · · · (收起)

[广告管理与法规](#) [下载链接1](#)

标签

广告管理与法规

## 评论

狗屎一样的用别人的片段拼拼凑凑，麻烦学聪明点，不要有太过愚蠢的痕迹~~~

---

[广告管理与法规 下载链接1](#)

## 书评

---

[广告管理与法规 下载链接1](#)