

# 《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

出版社：中国财政经济出版社

作者：王忠诚

页数：226

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.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。

## 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）

# 《广告经营管理》

## 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:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)