

《网络广告》

图书基本信息

书名：《网络广告》

13位ISBN编号：9787562028666

10位ISBN编号：7562028664

出版时间：2004-12

出版社：中国政法大学出版社

作者：马特斯尔斯·W·斯达切尔

页数：324

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

《网络广告》

内容概要

本书讨论了互联网广告的法律问题。所涵盖的主题包括可适用的法律和管辖；不正当竞争；对烟草、酒精和抽奖等的禁止或限制；商标；版权；以及刑法的法律问题。所针对的问题包括域名抢注的法律影响、超级链接和meta标记，本文还解释了互联网规则——即所谓的网络礼仪——的发展。

这本书涵盖了包括欧洲主要司法域以及澳大利亚、以色列和新西兰在内的15国报告。综述部分总结了不同国家法律的通用规则、区别以及特有的现象。

作者简介

作者：(美)马特斯尔斯·W·斯达切尔

《网络广告》

书籍目录

国际青年律师协会简介
国际青年律师协会干事名单
出版委员会的致词
前言
编写人员名单
调查问卷
互联网术语表
综述 / Matthias W. Stecher, Hayley Stallard
A. 引言
1. 互联网
2. 法律问题
3. 域名
3.1 什么是域名
3.2 “域名抢注”
B. 各国报告汇要
1. 国际私法问题
1.1 法律适用
1.2 管辖权
1.2.1 公约国家
1.2.2 非公约国家
1.3 后果
2. 不正当竞争法
2.1 不请自来的电子邮件
2.2 比较广告
2.3 烟草产品、酒精类饮料等的广告
2.3.1 烟草
2.3.2 酒品
2.3.3 其他广告限制
2.4 竞赛和免费抽奖
2.4.1 抽奖和彩票
2.4.2 技巧竞赛
2.5 其他问题
2.5.1 捆绑出售
2.5.2 邮购(远程销售)
2.5.3 打折
2.5.4 编者按
2.5.5 误导广告
2.5.6 超文本链接、加框和meta标记
2.5.7 其他
3. 商标法
3.1 商标与域名
3.1.1 “域名抢注”
3.1.2 其他冲突
3.1.2.1 注册商标
3.1.2.2 其他保护
3.1.2.3 对域名分配机构和服务提供者的权利
3.1.2.4 管辖权
3.1.2.5 对抗顶级域名的权利
3.1.2.6 刑法
3.2 域名与域名
3.3 商标与商标
澳大利亚 / Michael King
奥地利 / Christoph Petsch
博士
比利时 / Joren de Wachter
法国 / Olivier Personnaz
荷兰 / W. Th. A. Schermer
新西兰 / Tracy Wallker, Earl Gray and Elizabeth Coppins
葡萄牙 / Cristina Serzedelo
西班牙 / Sonia Corters, Silvia Abello
瑞典 / Ulrika Rutersson-Lagenius
英国 / Hayley Stallard, Julia Harries
美国 / William C. Altreuter
附录：网上广告——商业视角 / Patrick Fair
索引

《网络广告》

精彩短评

- 1、没看完，不过前面介绍了IT的一些专用词汇还是挺特别的
- 2、毕竟是国外的书，和国内的落点不一样。但依旧是本好书。
- 3、很实用的书，对互联网监管有指导作用
- 4、这本书不错，比较能开拓思路，也能了解外国对互联网上不正当竞争和商标侵权的处理模式，值得一看。
- 5、写论文很有用的呀。

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