

《超越广而告之》

图书基本信息

书名：《超越广而告之》

13位ISBN编号：9787802153189

10位ISBN编号：7802153182

出版时间：2009-5

出版社：中国工商出版社

页数：25

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

《超越广而告之》

内容概要

国家工商行政管理总局承担着中国广告发展和监管的重要职责。监管和发展是中国广告业的两大议题。发展是第一要务。我们的“发展”必须是科学发展观统令下的发展、是可持续的发展；广告业的发展及围绕发展展开的广告监管工作也不例外，这就是总局党组书记、局长周伯华同志提出的“四个统一”中监管与发展的统一。通过发展、通过基于公众利益的监管，来提升产业的整体实力。这也同《国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》所提出的“推动广告业发展”相呼应，也是我们出台《关于促进广告业发展的指导意见》的初衷与目的。然而，中国广告业要走得又好又快，还必须担负起社会责任、必须维护好国家利益。广告业的发展、中国广告的行业使命，其实源于国家和民族发展的需要。同样，广告业的发展、中国广告的行业使命，又必须适应、必须推动国家和民族发展需要。我们必须站在国家和民族发展的高度来选择广告业的发展战略。只有全面协调广告的社会效益和经济效益，顺应经济社会文化和谐发展的潮流，广告业才能实现持续稳定发展。2008年汶川大地震和北京奥运会给我们的启示，是突显了在广告业中监管、发展、社会责任和国家利益四者互为关联、共同驱动的真谛。因此，我相信：中国广告业要健康成长，必须是监管、发展、社会责任和国家利益“四轮驱动”。“四轮驱动”需要我们勇于开拓和善于协调。南平的视野比较开阔，有着跨文化和管理学的专业训练，有着高校、新闻出版、工商部门的工作经历，有着政协委员的参政能力。开阔的视野有助于形成客观的分析与创新的思路。从他的书稿中，我们能感受到强烈的责任意识与敏锐的专业观察。期望他开拓性的探索，能带动社会责任和公益传播的研究。毕竟，春天的背后不应当是寂静的。毕竟，我们的时代有赖于社会和谐互动。

《超越广而告之》

书籍目录

序序致谢写在前面：生于责任竞争力时代1 社会责任战略：360°视角 1.引论：责任竞争力时代的“战国策” 1.1 论争中的现代企业社会责任思想：最大化还是最优化2 公益传播：社会和谐互动3 案例分析主要参考文献后记：推动责任竞争力的“隐形冠军”

《超越广而告之》

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