

<<广告道德与法律规范教程>>

图书基本信息

书名：<<广告道德与法律规范教程>>

13位ISBN编号：9787300043555

10位ISBN编号：7300043550

出版时间：2002-1

出版时间：中国人民大学出版社

作者：陈绚

页数：295

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>

<<广告道德与法律规范教程>>

内容概要

《21世纪新闻传播学系列教材：广告道德与法律规范教程》内容主要广告道德和广告法规两个部分。

前者主要论述了广告道德与法规的对象及特征；广告活动的道德选择与评价；广告道德的失衡与错位现象；广告活动中关系问题的道德辨析与错为矫正；广告道德监督体系。

后者包括广告法规管理体系概述；广告准则；广告活动规范；广告审查；法律责任等。

该书的写作既体现了“德”与“法”的有机统一，又注重理论与实践的结合，通过对于典型案例的列举剖析，有利于读者理解和掌握相关的法律条文及内容，对于认识 and 解决现实广告活动中存在着的问题起着非常重要的作用。

<<广告道德与法律规范教程>>

书籍目录

绪论第一章 广告道德与法律规范对象及广告道德特征 第一节 广告道德与法律规范的对象
 第二节 广告道德的本质特征及社会作用 第三节 广告道德的基本原则与规范 第二章 广告
 活动的道德选择与评价 第一节 广告行为的道德含义 第二节 广告行为的道德选择 第三
 节 广告行为的道德评价 第三章 广告道德的失衡与错位现象 第一节 市场经济环境与广告
 道德失衡 第二节 广告道德失衡与错位现象 第四章 广告活动中关系问题的道德辨析与错位
 矫正 第一节 广告与新闻、公共关系 第二节 服务与营利 第三节 竞争与发展 第四
 节 矫正广告道德错位 第五章 广告道德监督体系 第一节 广告行业自律 第二节 社会
 监督 第六章 广告法规管理体系概述 第一节 《广告法》概述 第二节 广告法规与政府
 管理 第三节 广告管理法规体系及作用 第七章 广告准则 第一节 广告的一般准则
 第二节 特殊商品广告准则 第八章 广告活动规范 第一节 广告主活动规范 第二节 广
 告经营者、广告发布者活动规范 第三节 户外广告活动规范 第四节 网络广告活动规范
 第九章 广告审查 第一节 行政性审查 第二节 行政性审查程序 第三节 不得伪造、变
 造或者转让广告审查决定文件 第四节 广告经营者、广告发布者自审 第十章 法律责任
 第一节 广告违法主体及法律责任种类 第二节 发布违法广告的法律 第三节 行政复议
 和诉讼及处罚执行 附录：主要广告法律法规 一、中华人民共和国广告法 二、广告管理条
 例 三、广告管理条例实施细则

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>