

<<企业广告管理法律实务>>

图书基本信息

书名：<<企业广告管理法律实务>>

13位ISBN编号：9787501432998

10位ISBN编号：7501432996

出版时间：2005-1

出版时间：群众出版社

作者：赵敏

页数：282

字数：228000

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>

<<企业广告管理法律实务>>

内容概要

广告是企业竞争的利器。

“好酒不怕巷子深”的时代已过去了，现代的企业，不管酿的酒有多香，也不能藏在深巷里等人来找。

法国著名广告评论家罗贝尔·格兰有一句至理名言：“我们呼吸着的空气，是由氮气、氧气和广告组成的。

”一针见血地指出了现在广告在我们的生活中无孔不入的现象。

当今是一个广告时代。

广告是沟通企业、产品与消费者的桥梁，是打动消费者的武器，于是，企业在广告上用尽浑身解数，费尽心机，不惜投入，以求自己的产品与服务被尽可能多的人知道，被尽可能多的人喜欢，被尽可能多的人购买。

广告，已穷尽了各种各样的策略，用尽了各形各色的技巧。

广告已是无孔不入。

但是，不是什么都能做广告的，不是怎么做广告都可以的，不是在哪里都可以做广告的。

市场经济是法制经济，广告作为一种重要的经济活动，不能超出法律准绳之外。

一般广告的追求目标是AIAS：Attraction——引起注意；Interest——诱发兴趣；Action——促成购买；Satisfaction——达到满意。

此外，还应有个L，即企业在进行广告活动时不可忽略的：Legitimate——法律认可。

法律，已经为广告制定了规则：——企业做广告时应遵守哪些原则，有何权利与义务？——企业应怎样选择合法的广告代理公司？——企业应怎样与广告公司合作？

——企业在选择广告媒体时应注意哪些法律问题？

——我国法律对广告费用有什么规定？

——广告合同应怎样订立和履行？

——我国法律对广告的发布有哪些规定？

——广告竞争哪些是合法的，哪些是非法的？——广告违法行为是怎样构成的？——企业应怎样承担广告违法行为的法律责任，在接受处罚时应如何保护自身的权利？

——我国法律对涉外广告有哪些规定？

等等。

这是企业在进行广告活动时不可忽视的问题。

广告，不能犯规。

<<企业广告管理法律实务>>

书籍目录

第一章 企业广告法律实务概述 第一节 企业广告 第二节 企业广告的法律规范概述 第三节 对企业广告的监督管理第二章 广告代理法律实务 第一节 广告公司 第二节 广告代理第三章 广告媒体法律实务 第一节 媒体概况 第二节 媒体选择第四章 广告费用法律实务第五章 广告合同法律实务 第一节 广告合同 第二节 广告合同的订立与履行第六章 广告发布法律实务 第一节 广告发布的一般准则 第二节 广告审查 第三节 特殊广告的发布准则第七章 广告竞争法律实务 第一节 竞争策略 第二节 广告纠纷 第三节 不正当竞争第八章 广告违法行为及法律责任 第一节 广告违法行为 第二节 民事责任 第三节 行政责任 第四节 广告的行政复议与行政诉讼 第五节 刑事责任第九章 国际广告法律实务 附录 西方国家关于企业广告的一些法律规定 主要参考书目

<<企业广告管理法律实务>>

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>