

<<广告业前沿问题法律策略与案例>>

图书基本信息

书名：<<广告业前沿问题法律策略与案例>>

13位ISBN编号：9787801079824

10位ISBN编号：7801079825

出版时间：2004-7

出版时间：中国方正出版社

作者：李德成

页数：274

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>

<<广告业前沿问题法律策略与案例>>

内容概要

中国广告行业的发展非常迅速，随之产生的一系列新问题值得我们进行理性地思考和总结。而法律人士从法律的角度对这些前沿问题进行研究同样也很有必要。

本书基本上涵盖了目前广告行业所有的前沿问题，内容丰富全面，分析深入透彻。

广告与知识产权案例评析是本书的主要内容，其中包括广告业与专利、商标、反不正当竞争、著作权、植物新品种、奥林匹克标志、地理标志和商业秘密等有关的案例评析。

这部分内容是作者在《现代广告》开辟“犀牛角”专栏三年来所发表文章的结集。

本书通过对精心选择的案例进行分析，总结出一些具体的建议供业界使用，具有很强的实用价值。

户外广告在我国兴起较晚，发展却很迅速。

书中对户外广告的发展与策略进行了研究。

从影响户外广告行为规范的重要因素出发，针对户外广告的设置规划，信息利用与监控能力的提高和户外广告特许经营权的管理与使用等几个方面，分别提出了具体的意见和建议。

最近一段时间，关于禁播烟草广告的呼声此起彼伏，这与《烟草控制框架公约》的实施不无关系。书中针对《烟草控制框架公约》中关于广泛禁止烟草广告、促销和赞助的原则，结合我国目前广告法律规范和相关管理规定的具体情况，以广告业的行业发展、政府管理和法律完善为对象，做了全面的研究和分析。

本书对外商投资广告业的前沿法律问题做了专题研究。

分别从资本运作、媒体合作、人力资源和知识产权等几个方面提出了一系列的解决方案与操作方法。

除此以外，书中还包括广告业中涉及杂志和拍摄电视剧等相关问题的研究。

对于广告业进入传媒领域所涉及的相关法律问题做了研究，特别是关于杂志名称与商标权冲突纠纷的分析，将会对业界产生一定的指导作用。

关于广告行业与媒体合作的法律策略、广告行业的竞业禁止制度与知识产权保护等内容是业界最为关心的，因此也是本书所重点强调的内容。

对这些前沿问题的研究，将会为广告公司形成核心竞争力和增强综合实力提供理论基础和实务操作方法。

建立健全多元化的网络行为规范制度是网络广告发展的基础，也是作者长期研究的重要领域。

作者先后出版了《网络广告法律制度初论》和《网络隐私权保护制度初论》两本专著。

本书收录了《网络广告非法律的行为规范制度研究》一文，是作者对这一领域进行研究的又一成果，供网络广告界参考。

<<广告业前沿问题法律策略与案例>>

书籍目录

上篇 广告业知识产权案例分析 第一类 不正当竞争类广告案件 制作比较广告要依据客观事实
假说和暗示引发误解 不确定的事实导致侵权 产品更新换代广告内容当避免发生歧义
虚假宣传误导消费者 企业字号与不当宣传 广告模仿是否侵权 广告用语中要慎用“唯一”
不当使用照片构成不正当竞争 照片抄袭引起纷争 影射不当构成侵权 规范使用产品标
准号 批准文号不具有识别商品的功能 第二类 著作权类广告案件 使用电影作品中个别静止
画面构成侵权 公益广告没有特权 广告语的著作权保护 在化妆品包装中使用音乐制品引起
纠纷 广告片背景音乐的正确使用 广告未发布仍可能侵犯他人的著作权 合作作品的完整授
权 使用肖像摄影作品要获得双重许可 正确地行使著作权合同中的撤销权 节目主持人表演
者权的保护 杂志封面画作广告宣传画引起著作权纠纷 第三类 专利与其他类广告案件 未经
许可不得用奥林匹克格言做广告 植物新品种广告的特别审查 擅自增加公益广告电视片导演引
起的法律纠纷 不能使用未获授权的专利申请做广告 奥林匹克标志的许可程序与使用规范
使用奥林匹克标志制作挂历进行宣传构成侵权 要分清广告作品中专利权的类别下篇 广告业其他
前沿问题研究 网络虚假广告管理与规制问题研究 广告公司参与电视剧制作与发行应注意的法
律问题 发展户外广告应注意的几个法律问题 广告公司商业秘密保护案件评析 《烟草控制
框架公约》的实施对广告界的影响 从法律角度谈新形势下广告行业发展的四大课题(上) 从法
律角度谈新形势下广告行业发展的四大课题(下) 网络广告非法律的行为规范制度研究 附录
与广告业相关的法律条文 外商投资广告企业管理规定 世界卫生组织《烟草控制框架公约》相
关条文 Relevant Articles 《Framework Convention Tobacco Control》 北京市户外广告设置管理办
法

<<广告业前沿问题法律策略与案例>>

编辑推荐

作者以一个法律从业者的视角，对广告业知识产权问题所涵盖的几乎所有内容进行了科学划分。书中采用案例分析的方式，对每一个主题下面的真实案件进行深入分析，其案情介绍清楚，法律分析逻辑性强，所提建议具有很强的参考价值。

——国家工商行政管理总局广告监管司司长 屈建民 本书对户外广告、网络广告、烟草广告和外商投资广告等广告业前沿问题都做了比较深入、全面的研究、其观点具有前瞻性，其论据充分，论证严谨。

书中针对这些问题提供的意见和建议都是具体的，具有可操作性的。

德成律师的研究成果对我们广告界的支持和帮助是显著的。

——中国广告协会秘书长 时学志

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>