

“广告学（二）”第十三章知识点 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/153/2021\\_2022\\_\\_E2\\_80\\_9C\\_E5\\_B9\\_BF\\_E5\\_91\\_8A\\_E5\\_c67\\_153527.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/153/2021_2022__E2_80_9C_E5_B9_BF_E5_91_8A_E5_c67_153527.htm) 十三章 广告代理制度 P341 一.广告代理制度的确立: 艾尔父子广告公司的 “合同制度” 将其代理广告客户广告业务的佣金定为15%.这一制度于1917年在美国得到正式确认,并一直沿用至今,逐步成为国际惯例. 独立的,服务专业化与多样性的广告代理公司的出现,广告客户与广告公司的代理关系以及广告代理佣金制的建立与确认,标志着现代意义上的广告代理制度的真正确立. 二.广告代理制度的发展及其趋势 (领会) P343 三. 广告代理制度的内容-----广告公司的客户代理,媒介代理,代理服务的业务范围,以及代理佣金制. 四.广告代理的双重代理性质 (识记)-----广告代理具有双重代理的性质.一方面,它全面代理广告客户的各项广告活动,如广告调查,广告策划,广告创意与制作,广告实施与发布,效果测定与反馈等等.另一方面,它又代理媒介广告版面与时间的销售,为媒介提供业务来源. 五.代理佣金制 (识记)----- (主要劳动收入来自为媒介出售广告版面和广告时间而获取的佣金.代再佣金主要来自媒介,由媒介按传广告经费总额的15%的比率向广告公司支会代理费.) 六.实行广告代理制的条件 (识记) P351 广告代理制的实施,需要有与之相适应的经济环境和市场环境,要求广告公司具备一定的代理能力. 1.完善的市场经济环境 2.成熟的广告市场环境 3.广告公司的全面代理能力与综合实力(代理资格,代理能力,管理机制,经济实力) 七.广告公司的全面代理能力与综合实力-----代理资格,代理能力,管理机制,经济实力 八.广告代理制度的意义 (领会) 1. 广

告代理制的实施,有利于加强广告行业科学化,专业化建设,有利于提高广告业整体水平. 2. 广告代理制的实施,有利于规范广告市场,促进广告业健康发展. 广告代理制,明确规定了广告客户,广告公司,广告媒介各自的权利和义务,使其功能不再彼此交叉:广告客户根据自身的需要选择广告代理公司,确立投资决策.广告公司负责整体广告活动的策划,创意与实施.广告媒介专司广告信息的发布.三者各司其责,彼此协作配合,有利于减少凭关系,拉广告的现象,有利于消除行业内的不正当竞争,有利于广告市场的规范化运作和广告业的健康发展. 100Test 下载频道开通,各类考试题目直接下载。详细请访问

[www.100test.com](http://www.100test.com)