

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI
KHOA QUẢN LÝ VĂN HÓA NGHỆ THUẬT**



**THỰC TRẠNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ QUẢNG CÁO
TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HẢI DƯƠNG**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
CỦA NHÂN QUẢN LÝ VĂN HÓA NGHỆ THUẬT**

Sinh viên thực hiện : Nguyễn Quốc Tuấn
Lớp : QLVH 7
Giáo viên hướng dẫn : Th.S.Trần Thị Diên

Hà Nội - 2010

MỤC LỤC

Mở đầu	<i>Trang</i>
1. Lý do chọn đề tài	4
2. Mục đích nghiên cứu	4
3. Nhiệm vụ nghiên cứu	4
4. Đối tượng nghiên cứu	4
5. Phạm vi nghiên cứu	4
6. Phương pháp nghiên cứu	4
7. Bố cục của khóa luận	4
Chương 1. Cơ sở lý luận của quảng cáo và quản lý Nhà nước về quảng cáo	7
1.1. Quảng cáo - Đối tượng của quản lý nhà nước	7
1.1.1. Khái niệm quảng cáo	7
1.1.2. Các hình thức quảng cáo	9
1.1.3. Các phương tiện quảng cáo	9
1.1.4. Chức năng của quảng cáo	15
1.2. Vai trò của quảng cáo	16
1.2.1. Quảng bá giới thiệu sản phẩm hàng hóa, kích thích người tiêu dùng	16
1.2.2. Quảng cáo thúc đẩy sản xuất, góp phần tăng trưởng kinh tế	18
1.3. Quản lý Nhà nước về quảng cáo	19
1.3.1. Khái niệm, quản lý nhà nước trong hoạt động quảng cáo ở Việt Nam	19
1.3.2. Định hướng quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo ở Việt Nam	19
Chương 2. Thực trạng hoạt động quản lý nhà nước về quảng cáo trên địa bàn thành phố Hải Dương từ năm 2005 đến 2009	21
2.1. Khái quát đời sống kinh tế văn hóa xã hội thành phố Hải Dương	21

2.1.1. Địa giới hành chính	21
2.1.2. Đời sống kinh tế	21
2.1.3. Sự phát triển văn hóa trong giai đoạn hiện nay	23
2.2. Thực trạng quản lý nhà nước về quảng cáo trên địa bàn thành phố Hải Dương	27
2.2.1. Thực trạng hoạt động quảng cáo trên địa bàn thành phố Hải Dương	27
2.2.2. Hoạt động tổ chức thực hiện	43
2.2.3. Hoạt động thanh tra kiểm tra các hoạt động quảng cáo trên địa bàn thành phố Hải Dương	46
Chương 3. Một số giải pháp Nhằm nâng cao hiệu quả quản lý Nhà nước về quảng cáo trên địa bàn thành phố Hải Dương	51
3.1. Đánh giá thực trạng quá trình quản lý nhà nước về quảng cáo trên địa bàn thành phố Hải Dương	51
3.1.1. Mặt tích cực của quá trình quản lý nhà nước về quảng cáo	51
3.1.2. Mặt hạn chế của quá trình quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo trên địa bàn thành phố trong giai đoạn hiện nay	52
3.1.3. Nguyên nhân dẫn đến hạn chế của quá trình quản lý nhà nước về quảng cáo trên địa bàn thành phố Hải Dương trong giai đoạn hiện nay	54
3.2. Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả quản lý quảng cáo trên địa bàn thành phố hải dương	57
Kết luận	64

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Hiện nay, nền kinh tế của Việt Nam là nền kinh tế thị trường có định hướng xã hội chủ nghĩa dưới sự lãnh đạo của Đảng Cộng sản Việt Nam. Vấn đề quan trọng nhất của nền kinh tế hàng hóa không phải là sản xuất hàng hóa như thế nào mà là vấn đề tiêu thụ hàng hóa đó ra sao. Muốn tiêu thụ được sản phẩm hàng hóa thì hàng hóa đó phải được người tiêu dùng tin tưởng và sử dụng. Muốn vậy, những thông tin về sản phẩm hàng hóa phải được chuyển tải đến người tiêu dùng một cách hiệu quả và nhanh nhất. Quảng cáo là công cụ hữu hiệu để cung cấp thông tin về sản phẩm hàng hóa đến khách hàng.

Quảng cáo là động lực thúc đẩy nền kinh tế hàng hóa, đồng thời quảng cáo cũng mang trong mình những giá trị thẩm mỹ, giáo dục truyền thống văn hóa của dân tộc góp phần làm cho xã hội phát triển một cách bền vững.

Thành phố Hải Dương nằm ở trung tâm châu thổ sông Hồng, là một trong những cái nôi của nền văn hóa lâu đời của dân tộc Việt Nam. Với ưu thế đó, hòa cùng sự phát triển không ngừng của tỉnh Hải Dương nói riêng và cả nước nói chung cũng như những cố gắng phấn đấu không mệt mỏi của cán bộ nhân dân thành phố Hải Dương, bộ mặt thành phố Hải Dương ngày càng đổi mới và phát triển, trong đó nền kinh tế hàng hóa giữ một vai trò vô cùng quan trọng. Điều này đã tạo điều kiện và thời cơ cho các hoạt động quảng cáo trên địa bàn thành phố phát triển mạnh.

Tuy nhiên, bên cạnh những mặt tích cực mà hoạt động quảng cáo đem lại cho nền kinh tế hàng hóa của tỉnh thì vẫn còn tồn tại một số vấn đề. Điều này, thể hiện công tác quản lý các hoạt động vẫn còn những hạn chế nhất định đã không những làm ảnh hưởng đến sự phát triển, mà còn ảnh hưởng đến hiệu quả của quảng cáo, gây mất mỹ quan đô thị và trật tự an toàn giao thông.

Với những lý do nêu trên em đã chọn đề tài: **“Thực trạng Quản lý Nhà nước về quảng cáo trên địa bàn thành phố Hải Dương”** làm Khoá luận của mình.

2. Mục đích nghiên cứu

Đánh giá thực trạng quản lý Nhà nước về hoạt động quảng cáo trên địa bàn thành phố Hải Dương từ năm 2005 đến năm 2009 đồng thời đề xuất một số ý kiến góp phần nâng cao hiệu quả quản lý hoạt động này.

3. Nhiệm vụ nghiên cứu

- Tìm hiểu vị trí địa lý, đặc điểm kinh tế – văn hóa xã hội thành phố Hải Dương;

- Tìm hiểu thực trạng quản lý Nhà nước về hoạt động quảng cáo trên địa bàn thành phố Hải Dương;

- Đề xuất một số ý kiến nhằm nâng cao hiệu quả quản lý Nhà nước về hoạt động quảng cáo trên địa bàn thành phố Hải Dương.

4. Đối tượng nghiên cứu

Quản lý Nhà nước về hoạt động quảng cáo

5. Phạm vi nghiên cứu

Quản lý Nhà nước về hoạt động quảng cáo trên địa bàn thành phố Hải Dương từ năm 2005 đến năm 2009.

6. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp quan sát, điều tra, phân tích;

- Phương pháp nghiên cứu tài liệu.

7. Bố cục của khóa luận

Ngoài mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo và phụ lục, khóa luận được chia làm 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận của quảng cáo và quản lý Nhà nước về quảng cáo.

Chương 2: Thực trạng quản lý Nhà nước về quảng cáo trên địa bàn thành phố Hải Dương.

Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả quản lý trong quảng cáo trên địa bàn thành phố Hải Dương.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo tổng kết kiểm tra các dịch vụ văn hoá trên địa bàn thành phố Hải Dương của phòng Văn hóa - Thông tin- Thể thao thành phố Hải Dương năm 2006.
2. Báo cáo tổng kết kiểm tra các dịch vụ văn hoá trên địa bàn thành phố Hải Dương của phòng Văn hóa - Thông tin- Thể thao thành phố Hải Dương năm 2007.
3. Báo cáo tổng kết kiểm tra các dịch vụ văn hoá trên địa bàn thành phố Hải Dương của phòng Văn hóa - Thông tin thành phố Hải Dương năm 2008.
4. Báo cáo tổng kết kiểm tra các dịch vụ văn hoá trên địa bàn thành phố hải dương của phòng Văn hóa - Thông tin thành phố Hải Dương năm 2009.
5. Báo cáo kết quả thanh tra của phòng Thanh tra Sở Văn hoá Thể thao và Du lịch tỉnh Hải Dương năm 2009
6. Đảng cộng sản Việt Nam (2006), Văn kiện Đại hội đảng cộng sản Việt Nam lần thứ X, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
7. Hà Nội xưa và nay, Nxb Văn hóa Hà Nội 1994.
8. Luật Thương mại, Nxb Chính trị Quốc gia 1997.
9. Luật Di sản Văn hóa, Nxb Chính trị Quốc gia 2001.
10. Nghị định số 31/2001/NĐ-CP ngày 26/6/2001 của Chính phủ về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực Văn hóa – Thông tin.
11. Nghị định số 24/2003/NĐ-CP ngày 13/3/2003 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Pháp lệnh quảng cáo.
12. Nguyễn Thị Trà Vinh (1999). Hoạt động quảng cáo trong tình hình hiện nay. Thực trạng và giải pháp (Đề tài cấp Bộ).

13. Nguyễn Tri Nguyên (2004), Những bài giảng về quản lý văn hóa trong cơ chế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, trường Cao đẳng Văn hóa Thành phố Hồ Chí Minh, Nxb Văn hóa Thông tin, Hà Nội.

14. Nghị định số 11/2006/NĐ/CP ngày 18 tháng 01 năm 2006 của Chính phủ ban hành Quy chế hoạt động Văn hoá và kinh doanh dịch vụ văn hoá cộng đồng

15. Phan Văn Tú (1999), Đại cương về khoa học quản lý, Nxb Văn hóa Thông tin, Hà Nội.

16. Pháp lệnh quảng cáo, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội, 2002.

17. Quy hoạch tuyên truyền quảng cáo ngoài trời tỉnh Hải Dương. (Giai đoạn 2008 – 2015, định hướng đến năm 2020)

18. Thông tư số 43/2003/TT-BVHTT ngày 16/7/2003 của Bộ VH TT hướng dẫn thực hiện Nghị định số 24/2003/NĐ-CP ngày 13 tháng 3 năm 2003 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Pháp lệnh quảng cáo.

19. Thông tư liên tịch số 01/2004/TTLT/BVHTT-BYT ngày 12/01/2004 của Bộ Văn hóa – Thông tin và Bộ Y tế hướng dẫn về hoạt động quảng cáo trong lĩnh vực Y tế.

20. Thông tư số 67/2004/TT-BTC ngày 7/7/2004 của Bộ Tài chính quy định chế độ thu, nộp và quản lý, sử dụng lệ phí cấp giấy phép thực hiện quảng cáo.

21. Thông tư Liên tịch số 96/2004/TTLT/BVHTT-BNN&PTNT ngày 3/11/2004 của Bộ Văn hóa-Thông tin và Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn hướng dẫn về quảng cáo một số hàng hóa trong lĩnh vực nông nghiệp và phát triển nông thôn.

22. Thông tư Liên tịch số 03/2005/TTLT/BVHTT-UBTDTT ngày 27/1/2005 của Bộ Văn hóa-Thông tin và Ủy ban Thể dục thể thao hướng dẫn về hoạt động quảng cáo trong lĩnh vực thể dục thể thao.

23. Thông tư số 78/2008/TT-BVHTTDL sửa đổi bổ sung Thông tư số 19/2005/TT-BVHTT ngày 12 tháng 05 năm 2005 của Bộ Văn hoá Thông tin hướng dẫn thực hiện pháp lệnh quảng cáo và Nghị quyết số 12/2000/NQCP của Chính phủ về cấm quảng cáo thuốc lá.

24. Trần Văn Tùng (2002), Tính hai mặt của Toàn cầu hóa, Nxb Thế giới, Hà Nội.

25. Thông tư: 78/2008/TT-BVHTTDL sửa đổi, bổ sung thông tư số 19/2005/TT-BVHTT 12/5/2005 của Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch hướng dẫn thực hiện PLQC và nghị quyết số 12/2000/NQC-P của Chính Phủ về cấm quảng cáo thuốc lá.

26. Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ VIII, Đảng Cộng sản Việt Nam, Nxb CTQG, HN, 1996.

27. Văn kiện Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ IX, Đảng Cộng sản Việt Nam, Nxb CTQG, HN, 2001.

28. Văn kiện Hội nghị lần thứ Tư, Ban chấp hành Trung ương khoá VII, Nxb CTQG, HN, 1998.

29. Văn kiện Hội nghị lần thứ Năm, Ban chấp hành Trung ương khoá VIII, Nxb CTQG, HN, 1998.

30. Văn hoá mới Việt Nam – Sự thống nhất và đa dạng, Đỗ Huy (cb), Nxb KHXH, HN, 1996.

31. Văn hoá nghệ thuật cũng là mặt trận, Hồ Chí Minh, Nxb Văn học, HN, 1981.