

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



QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO TRÊN ĐỊA BÀN
THÀNH PHỐ HÀ TỈNH HIỆN NAY

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Giảng viên hướng dẫn: Ths. Trần Thị Diên

Sinh viên thực hiện : Phan Hùng Cường

Lớp : QLVH 9A

Hà Nội – 2012

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	5
1. Lý do chọn đề tài	5
2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	6
3. Phương pháp nghiên cứu.....	6
4. Đóng góp của đề tài	6
5. Bố cục của khóa luận	5
Chương 1. NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ QUẢNG CÁO VÀ QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG QUẢNG CÁO	
1.1. Quảng cáo - đối tượng của quản lý Nhà nước	
1.1.1. Khái niệm quảng cáo	
1.1.2. Các phương thức quảng cáo	
1.2. Chức năng và tầm quan trọng của hoạt động quảng cáo	
1.2.1. Chức năng của quảng cáo	
1.2.2. Tầm quan trọng của hoạt động quảng cáo	
1.3. Quản lý Nhà nước về quảng cáo	
1.3.1. Khái niệm quản lý và quản lý Nhà nước về quảng cáo	
1.3.1.1. Khái niệm về quản lý	
1.3.1.2. Khái niệm quản lý Nhà nước	
1.3.1.3. Quản lý Nhà nước về quảng cáo	
1.3.2. Định hướng quản lý Nhà nước về hoạt động quảng cáo ở Việt Nam	
Chương 2. THỰC TRẠNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ QUẢNG CÁO TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ TĨNH TỪ NĂM 2008 ĐẾN 2011	
2.1. Khái quát đời sống kinh tế - văn hóa - xã hội thành phố Hà Tĩnh	
2.1.1. Địa giới hành chính	
2.1.2. Đời sống kinh tế	
2.1.3. Sự kế thừa và phát triển văn hóa của thành phố Hà Tĩnh trong giai đoạn hiện nay	
2.2. Thực trạng quản lý Nhà nước về quảng cáo trên địa bàn thành phố Hà Tĩnh...	

2.2.1. Thực trạng quảng cáo trên địa bàn thành phố Hà Tĩnh từ năm 2008 đến năm 2011

2.2.2. Hoạt động ban hành văn bản quản lý Nhà nước về quảng cáo trên địa bàn thành phố Hà Tĩnh

2.2.2.1. Văn bản quản lý của cơ quan Trung ương

2.2.2.2. Văn bản quản lý của cơ quan địa phương tỉnh Hà Tĩnh

2.2.3. Hoạt động tổ chức thực hiện

2.2.4. Hoạt động thanh tra kiểm tra về quảng cáo trên địa bàn thành phố Hà Tĩnh

Chương 3. NÂNG CAO HIỆU QUẢ QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ QUẢNG CÁO TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ TĨNH

3.1. Đánh giá thực trạng quá trình quản lý Nhà nước về quảng cáo trên địa bàn thành phố Hà Tĩnh

3.1.1. Mặt tích cực của quá trình quản lý Nhà nước về quảng cáo trên địa bàn thành phố Hà Tĩnh

3.1.2. Mặt hạn chế của quá trình quản lý Nhà nước về quảng cáo trên địa bàn thành phố Hà Tĩnh hiện nay

3.1.3. Nguyên nhân dẫn đến hạn chế của quá trình quản lý Nhà nước về quảng cáo trên địa bàn thành phố Hà Tĩnh hiện nay

3.2. Một số ý kiến đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả quản lý Nhà nước về quảng cáo trên địa bàn thành phố Hà Tĩnh

3.2.1. Đối với Nhà nước cần phải xây dựng Luật Quảng cáo nhằm hoàn thiện hệ thống văn bản quy định pháp luật đối với hoạt động này

3.2.2. Đào tạo và nghiên cứu về quảng cáo

3.2.3. Tạo điều kiện và đưa ra chính sách khuyến khích các công ty quảng cáo trong nước biết kết hợp hài hòa yếu tố Văn hóa Việt Nam trong quảng cáo

3.2.4. Nâng cao hiệu lực của công tác thanh tra, kiểm tra các hoạt động quảng cáo trên địa bàn thành phố Hà Tĩnh

3.2.5. Tăng cường công tác tuyên truyền, phổ biến giáo dục pháp luật về hoạt động quảng cáo trên phạm vi toàn tỉnh

3.2.6. Cấp kinh phí và triển khai nhanh quy hoạch tổng thể các hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn thành phố Hà Tĩnh

3.2.7. Quản lý chặt chẽ và xây dựng lắp đặt các bảng tin, các tủ đựng quảng cáo rao vặt miễn phí theo đúng quy hoạch của tỉnh

3.2.8. Huy động vốn và tiến hành xã hội hóa hoạt động quảng cáo

KẾT LUẬN

TÀI LIỆU THAM KHẢO

PHỤ LỤC

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong những năm gần đây, nền kinh tế - xã hội nước ta đã có những bước chuyển biến nhanh chóng về mọi mặt. Sự thay đổi về cơ cấu và mở rộng phạm vi kinh doanh, hoạt động của các ngành kinh tế đã tác động rất lớn đồng thời kích thích sự phát triển của hoạt động quảng cáo trên hầu hết các phương tiện thông tin đại chúng. Sự phát triển nhanh và mở rộng của hoạt động quảng cáo một mặt đã kích thích tiêu thụ sản phẩm hàng hóa, đưa sản phẩm tiếp cận với người tiêu dùng một cách nhanh chóng. Mặt khác quảng cáo còn mang trong mình những giá trị thẩm mỹ, tính giáo dục và truyền thống văn hóa của dân tộc góp phần làm phong phú thêm cho đời sống tinh thần xã hội.

Thành phố Hà Tĩnh nằm trên vùng đồng bằng ven biển miền Trung. Trong khoảng 4 năm trở lại đây, cùng với sự phát triển không ngừng của tỉnh Hà Tĩnh nói riêng và cả nước nói chung cũng như những cố gắng, phấn đấu không mệt mỏi của cán bộ, nhân dân thành phố Hà Tĩnh, bộ mặt của thành phố ngày càng được đổi mới. Sự thay đổi tích cực đó đã tác động trực tiếp đồng thời 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 tồn tại một số vấn đề. Nó thể hiện ở công tác thiết kế, quy hoạch và quản lý các hoạt động quảng cáo vẫn còn những hạn chế nhất định. Điều này không những không đem lại hiệu quả như mong muốn, trái lại nó đã phần nào kìm hãm sự phát triển và gây ảnh hưởng xấu đến mỹ quan đô thị, trật tự an toàn giao thông chung trên toàn thành phố.

Với những lý do trên, nên em đã chọn đề tài “ **Quản lý nhà nước về hoạt động quảng cáo trên địa bàn thành phố Hà Tĩnh hiện nay**” làm khóa luận của mình.

2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Quản lý Nhà nước về hoạt động quảng cáo ngoài trời (Pano, áp phích, bảng biển, hộp đèn, băng rôn, màn hình điện tử LED, màn hình LCD...) trên địa bàn thành phố Hà Tĩnh từ năm 2008 đến năm 2011.

3. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp phỏng vấn.
- Phương pháp quan sát, điều tra, phân tích.
- Phương pháp nghiên cứu tài liệu.

4. Đóng góp của đề tài

- Đề tài góp phần làm rõ khái niệm và các phương thức của quảng cáo cũng như chức năng và tầm quan trọng của hoạt động này trong sự phát triển của nền kinh tế thị trường.

- Đề tài đi vào tìm hiểu vị trí địa lý, đặc điểm kinh tế - văn hóa - xã hội của thành phố Hà Tĩnh, đồng thời nghiên cứu và đánh giá thực trạng quản lý Nhà nước về hoạt động quảng cáo ngoài trời tại thành phố này. Qua đó, đề xuất một số ý kiến nhằm góp phần nâng cao hiệu quả quản lý Nhà nước về hoạt động quảng cáo ngoài trời trên địa bàn thành phố Hà Tĩnh hiện nay.

5. Bố cục của khóa luận

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

Chương 1: Những vấn đề chung về quảng cáo và quản lý Nhà nước đối với hoạt động quảng cáo.

Chương 2: Thực trạng quản lý Nhà nước về quảng cáo trên địa bàn thành phố Hà Tĩnh từ năm 2008 đến 2011

Chương 3: Nâng cao hiệu quả quản lý Nhà nước về quảng cáo trên địa bàn thành phố Hà Tĩnh

TÀI LIỆU THAM KHẢO



1. Báo cáo tổng kết kiểm tra các dịch vụ văn hóa trên địa bàn thành phố Hà Tĩnh của Phòng Văn hóa – Thông tin – Thể thao thành phố Hà Tĩnh năm 2008.
2. Báo cáo tổng kết kiểm tra các dịch vụ văn hóa trên địa bàn thành phố Hà Tĩnh của Phòng Văn hóa – Thông tin – Thể thao thành phố Hà Tĩnh năm 2009.
3. Báo cáo tổng kết kiểm tra các dịch vụ văn hóa trên địa bàn thành phố Hà Tĩnh của Phòng Văn hóa – Thông tin - Thể thao thành phố Hà Tĩnh năm 2010.
4. Báo cáo tổng kết kiểm tra các dịch vụ văn hóa trên địa bàn thành phố Hà Tĩnh của Phòng Văn hóa – Thông tin - Thể thao thành phố Hà Tĩnh năm 2011.
5. Báo cáo kết quả thanh tra của Phòng Thanh tra Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch tỉnh Hà Tĩnh năm 2011.
6. Chỉ thị số 20/CT-BVHTTDL ngày 05/02/2010 của Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch về việc tăng cường công tác quản lý Nhà nước đối với hoạt động quảng cáo.
7. 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.
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 75/2010/NĐ-CP ngày 12/7/2010 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động văn hóa.
11. Nghị định số 185/2007/NĐ-CP ngày 25/12/2007 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch.
12. Nghị định số 138/2005/NĐ-CP ngày 09/11/2005 của Chính phủ về tổ chức và hoạt động của Thanh tra văn hóa – thông tin.
13. Nghị định số 24/2003/NĐ-CP ngày 13/3/2003 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Pháp lệnh quảng cáo.

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

15. Nguyễn Thị Trà Vinh (1999). Hoạt động quảng cáo trong tình hình hiện nay. Thực trạng và giải pháp (Đề tài cấp Bộ).

16. Nguyễn Tri Phương (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.

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

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

19. Quy hoạch tuyên truyền quảng cáo ngoài trời tỉnh Hà Tĩnh. (Giai đoạn 2010 - 2015, định hướng 2020).

20. Quyết định số 50/QĐ-UBND ngày 18/12/2007 của UBND tỉnh Hà Tĩnh về việc duyệt quy hoạch chung xây dựng thành phố Hà Tĩnh đến năm 2020 tầm nhìn 2030.

21. Quyết định số 2808/QĐ-UBND ngày 24/10/2007 của UBND tỉnh Hà Tĩnh về việc phê duyệt Đề cương nhiệm vụ và dự toán kinh phí, lập dự án Quy hoạch quảng cáo ngoài trời tỉnh Hà Tĩnh đến năm 2020.

22. Thông tư số 43/2003/TT-BVHTT ngày 16/7/2003 của Bộ VHHT hướng dẫn thực hiện Nghị định số 24/2003/NĐ-CP ngày 13/03/2003 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Pháp lệnh quảng cáo.

23. 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.

24. 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.

25. 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.

26. Tìm hiểu yếu tố văn hóa trong quảng cáo thương mại trên Đài truyền hình Việt Nam hiện nay, Nguyễn Ánh Hồng, Trường Đại học Văn Hóa Hà Nội.

27. Văn bản pháp quy – Quản lý Văn hóa – Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Hà Tĩnh.

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

29. Văn hóa mới Việt Nam – sự thống nhất và đa dạng, Đỗ Huy, Nxb KHXH, HN, 1996.