

Programa Avançado

Direito Publicitário



Programa Avançado

Direito Publicitário

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Dedicção: 16h/semana
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: www.techtute.com/br/jornalismo-comunicacao/programa-avancado/programa-avancado-direito-publicitario

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estrutura e conteúdo

pág. 12

04

Metodologia

pág. 18

05

Certificado

pág. 26

01

Apresentação

Ao elaborar uma campanha publicitária, é necessário considerar que há uma série de normativas que regulam o setor, para evitar cair em uma publicação ilícita, enganosa ou que desrespeite os direitos de outras pessoas ou empresas, por exemplo. Por esta razão, é fundamental contar com profissionais com amplo conhecimento do direito publicitário, a fim de evitar possíveis aspectos que possam ser prejudiciais à companhia. Com este programa intensivo, o aluno adquirirá conhecimentos avançados sobre os aspectos jurídicos que regulam a atividade publicitária, tornando-se um especialista na área e integrando-se às mais competentes equipes publicitárias de empresas de alto nível.



“

Se você é apaixonado por publicidade, não perca a oportunidade de conhecer as normas que regem o setor e que precisará seguir para não incorrer em um ato ilegal"

O profissional de jornalismo e comunicação que pretenda trabalhar na área de publicidade deverá considerar que é extremamente importante adquirir alguns conhecimentos básicos que lhe permitirá ter uma visão mais abrangente do setor. Além de atualizar-se sobre as questões específicas da publicidade, também será imprescindível que o profissional aprenda a posicionar-se no campo jurídico, obtendo o conhecimento necessário do direito publicitário que lhe permitirá atuar com total garantia de sucesso, evitando possíveis ações judiciais por questões relacionadas à publicidade ilegal, enganosa ou por violação de direitos fundamentais e de propriedade intelectual.

Trata-se de uma área abrangente e apaixonante, na qual o profissional deverá aprofundar-se para alcançar posições de responsabilidade nesse campo e, principalmente, para trabalhar em companhias de prestígio, onde os departamentos de publicidade são altamente valorizados. Por esse motivo, a TECH elaborou este programa que refletirá sobre as seguintes questões: o que é o direito, por que é necessário dispor de normas que regulem os comportamentos, como é estruturado, quais são os objetivos do direito e que tipos de normas estão disponíveis, etc. Uma revisão completa e específica que permitirá ao jornalista atuar com sucesso no setor publicitário com uma visão global dos aspectos jurídicos fundamentais relacionados à publicidade. Particularmente, a estrutura regulatória que rege a publicidade, o papel da autorregulação neste setor, a publicidade ilegal ou desleal e os contratos normalmente utilizados serão discutidos de forma detalhada.

Sem dúvida, um programa que será um divisor de águas na formação do profissional, orientando-o na realização de mudanças em sua profissão até alcançar a posição de trabalho tão desejada. E tudo isso graças a um programa em formato digital, que reúne os melhores recursos teóricos e práticos do cenário acadêmico atual.

Este **Programa Avançado de Direito Publicitário** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ♦ O uso da mais recente tecnologia em software de ensino online
- ♦ O sistema de ensino, intensamente visual, apoiado por conteúdos gráficos e esquemáticos de fácil assimilação e compreensão
- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas atuantes
- ♦ Sistemas de vídeo interativo de última geração
- ♦ Ensinamentos apoiados pela prática online
- ♦ Sistemas de atualização e requalificação contínua
- ♦ Aprendizagem auto-regulada, o que permite total compatibilidade com outras ocupações
- ♦ Exercícios práticos para autoavaliação e verificação da aprendizagem
- ♦ Grupos de apoio e sinergias educacionais: perguntas aos especialistas, fóruns de discussão e conhecimento
- ♦ A comunicação com a equipe de professores e o trabalho de reflexão individual
- ♦ Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet
- ♦ Bancos de documentação de apoio permanentemente disponíveis



Especialize-se em Direito Publicitário com este programa de alta qualidade, no qual você encontrará as informações mais atualizadas do momento"

“

Nossa prática virtual lhe dará a oportunidade de aprender através de uma experiência imersiva, proporcionando uma integração mais rápida e uma visão muito mais realista do conteúdo"

A equipe de professores deste programa é formada por profissionais de diferentes áreas relacionadas com esta especialidade. Desta forma, a TECH poderá garantir o seu objetivo de atualização acadêmica. Uma equipe multidisciplinar de profissionais experientes em diferentes ambientes, que desenvolverão os conhecimentos teóricos, de forma eficiente, mas, acima de tudo, colocarão a serviço dos estudantes os conhecimentos práticos derivados de sua própria experiência.

O domínio desta disciplina será complementado com a eficácia do design metodológico. Desenvolvido por uma equipe multidisciplinar de especialistas em *e-learning*, esta capacitação integra os últimos avanços da tecnologia educacional. Desta forma, o aluno poderá estudar com uma gama de ferramentas multimídia confortáveis e versáteis que lhe darão a operabilidade de que necessita para seu processo de estudo.

A concepção deste programa se concentra na aprendizagem baseada em problemas. Uma abordagem que considera a aprendizagem como um processo eminentemente prático. Para conseguir este objetivo remotamente, a TECH utilizará a prática online. Com a ajuda de um sistema inovador de vídeo interativo e do *Learning From an Expert* o aluno poderá adquirir os conhecimentos como se estivesse diante de um caso real. Um conceito que lhe permitirá integrar e fixar o aprendizado de uma forma mais realista e permanente.

Um Programa Avançado que lhe permitirá atuar com maior segurança no setor da Publicidade, conhecendo os conceitos mais relevantes no âmbito jurídico.

Ao matricular-se neste Programa Avançado, você poderá acessar uma série de recursos acadêmicos que tornará sua aprendizagem mais prática e eficaz.



02

Objetivos

A estrutura deste programa de Direito Publicitário da TECH foi desenvolvida com o principal objetivo de capacitar o profissional de jornalismo e comunicação em uma área extremamente importante para o desenvolvimento de suas campanhas publicitárias, considerando que um pequeno erro nesse campo poderia provocar um verdadeiro caos na organização, podendo até mesmo gerar uma ação judicial. Por isso, é fundamental que o profissional tenha um conhecimento detalhado das questões legais para trabalhar com segurança.



“

Especialize-se em Direito Publicitário e adquira um nível mais alto de conhecimentos nesta área, ajudando-o a resolver possíveis conflitos”



Objetivos Gerais

- ♦ Adquirir os conhecimentos necessários para realizar a comunicação publicitária adequada utilizando as ferramentas digitais mais avançadas
- ♦ Saiba como gerenciar a comunicação em organizações e empresas em tempos de crise



Conhecer as principais regulamentações na área da publicidade, o que permitirá ao profissional evitar conflitos legais"





Objetivos Específicos

Módulo 1. Teoria da Publicidade

- ♦ Conhecer as áreas de publicidade e relações públicas e seus processos e estruturas organizacionais
- ♦ Identificar os perfis de profissionais de publicitários e relações públicas, assim como as principais habilidades exigidas em sua prática profissional
- ♦ Identificar os princípios fundamentais da criatividade humana e sua aplicação nas manifestações de comunicação persuasiva
- ♦ Aplicar processos criativos ao campo da comunicação, especialmente no campo da publicidade e das relações públicas
- ♦ Saber como descrever a estrutura das agências de publicidade
- ♦ Identificar os processos e estruturas organizacionais do processo de publicidade e relações públicas

Módulo 2. Introdução ao Direito

- ♦ Reconhecer a estrutura e transformação da sociedade atual em relação aos elementos, formas e processos da comunicação publicitária e de relações públicas
- ♦ Compreender a estrutura da mídia e seus principais formatos, como expressões dos modos de vida e culturas das sociedades em que desempenham sua função pública
- ♦ Reconhecer os aspectos sociológicos, econômicos e jurídicos que influenciam a comunicação publicitária e o desenvolvimento das relações públicas
- ♦ Ter a capacidade de abordar o tratamento informativo dos avanços científicos de uma maneira compreensível e eficaz
- ♦ Saber relacionar a publicidade e as relações públicas de forma coerente com outras ciências sociais e humanas
- ♦ Resolver problemas e casos práticos relacionados à aplicação dos princípios do direito, ao tratamento das fontes legais e à interpretação correta de seus textos

Módulo 3. Direito Publicitário

- ♦ Compreender os principais debates e acontecimentos da mídia decorrentes da situação atual e como eles são gerados e difundidos de acordo com estratégias de comunicação e interesses de todos os tipos
- ♦ Identificar os métodos e problemas dos diferentes ramos de pesquisa no campo das Ciências da Comunicação
- ♦ Analisar a mensagem publicitária com o objetivo de produzir publicidade livre de discriminação social e utilizando a ética profissional
- ♦ Estar familiarizado com a estrutura ética da profissão publicitária e de relações públicas.
- ♦ Compreender os aspectos legais que regulam a atividade publicidade e de relações públicas.
- ♦ Conhecer o alcance e os limites do direito da publicidade

04

Estrutura e conteúdo

O plano de estudos do Programa Avançado de Direito Publicitário da TECH foi elaborado considerando as necessidades acadêmicas do profissional de jornalismo e comunicação no campo legislativo. Desta forma, o aluno poderá conhecer os regulamentos que deverão ser considerados para desenvolver seu trabalho com segurança na área da publicidade, obtendo a capacitação adequada para tornar-se um especialista na área, avaliando os conflitos que deverão ser evitados nesta área.



“

Um plano de estudos bem fundamentado que será indispensável para conhecer, em primeira mão, os aspectos mais relevantes do Direito aplicado à Publicidade”

Módulo 1. Teoria da Publicidade

- 1.1. Fundamentos da publicidade
 - 1.1.1. Introdução
 - 1.1.2. Noções básicas de publicidade e marketing
 - 1.1.1.1. O marketing
 - 1.1.1.2. Publicidade
 - 1.1.3. Publicidade, relações públicas e propaganda
 - 1.1.4. Dimensões e alcance social da publicidade contemporânea
 - 1.1.5. Publicidade bem sucedida: KFC
- 1.2. História da publicidade
 - 1.2.1. Introdução
 - 1.2.2. Origem
 - 1.2.3. A revolução industrial e a publicidade
 - 1.2.4. O desenvolvimento da indústria publicitária
 - 1.2.5. A publicidade no mundo da internet
 - 1.2.6. Publicidade bem sucedida: o estudo de caso da Coca-Cola
- 1.3. Publicidade e seus protagonistas (I): O anunciante
 - 1.3.1. Introdução
 - 1.3.2. O Funcionamento da indústria publicitária
 - 1.3.3. Tipos de anunciantes
 - 1.3.4. A publicidade no organograma da empresa
 - 1.3.5. Publicidade bem sucedida: o estudo de caso da Facebook
- 1.4. Publicidade e seus protagonistas (II): As agências de publicidade
 - 1.4.1. Introdução
 - 1.4.2. A agência de publicidade: profissionais da comunicação publicitária
 - 1.4.3. A estrutura organizacional das agências de publicidade
 - 1.4.4. Tipos de agências de publicidade
 - 1.4.5. A gestão de tarifas em agências de publicidade
 - 1.4.6. Publicidade bem-sucedida: Nike





- 1.5. Publicidade e seus protagonistas (III): O destinatário da publicidade
 - 1.5.1. Introdução
 - 1.5.2. O destinatário da publicidade e seu contexto
 - 1.5.3. O destinatário da publicidade como consumidor
 - 1.5.4. Necessidades e desejos na publicidade
 - 1.5.5. Publicidade e memória: sobre a eficácia da publicidade
 - 1.5.6. Publicidade bem-sucedida: estudo de caso IKEA
- 1.6. O processo de criação publicitária (I): do anunciante aos meios
 - 1.6.1. Introdução
 - 1.6.2. Aspectos preliminares do processo de publicidade criativa
 - 1.6.3. O brief de publicidade ou brief de comunicação
 - 1.6.4. Estratégia criativa
 - 1.6.5. Estratégia de mídia
 - 1.6.5.1. Publicidade bem-sucedida: Apple
- 1.7. O processo de criação publicitária (II): Criatividade e publicidade
 - 1.7.1. Introdução
 - 1.7.2. Fundamentos do trabalho criativo publicitário
 - 1.7.3. A criatividade publicitária e seu status comunicativo
 - 1.7.4. O trabalho criativo na publicidade
 - 1.7.5. Publicidade bem-sucedida: estudo de caso do Real Madrid
- 1.8. O processo de criação publicitária (III): idealização e desenvolvimento do manifesto publicitário
 - 1.8.1. Introdução
 - 1.8.2. Projeto e estratégia criativa
 - 1.8.3. O processo de design criativo
 - 1.8.4. Os dez caminhos básicos da criatividade de acordo com Lluís Bassat: gêneros publicitários
 - 1.8.5. Formatos publicitários
 - 1.8.6. Publicidade bem-sucedida: Mc Donalds

- 1.9. Planejamento da mídia publicitária
 - 1.9.1. Introdução
 - 1.9.2. Meios e planejamento
 - 1.9.3. Meios publicitários e sua classificação
 - 1.9.4. Ferramentas para a Planejamento do Meios
 - 1.9.5. Publicidade bem-sucedida: Pepsi
- 1.10. Publicidade, sociedade e cultura
 - 1.10.1. Introdução
 - 1.10.2. A relação entre a publicidade e a sociedade
 - 1.10.3. Publicidade e emoções
 - 1.10.4. Publicidade, assuntos e coisas
 - 1.10.5. Publicidade bem-sucedida: Burger King

Módulo 2. Introdução ao Direito

- 2.1. O direito e as normas jurídicas
 - 2.1.1. Conceito de Direito
 - 2.1.2. Conceito de dever
 - 2.1.3. A norma
- 2.2. Classificação das normas jurídicas
 - 2.2.1. Critérios
 - 2.2.2. Classificação
- 2.3. Fontes do direito
 - 2.3.1. Fontes formais
 - 2.3.2. Fontes reais
 - 2.3.3. Fontes históricas
- 2.4. Aceitações do termo legal
 - 2.4.1. Direito positivo e direito vigente
 - 2.4.2. Direito objetivo e direito subjetivo
 - 2.4.3. Direito real e direito pessoal
- 2.5. Linguagem normativa
 - 2.5.1. Conceitos de lei, norma e regra
 - 2.5.2. Elementos que distinguem os sistemas normativos
- 2.6. O Estado e o Direito
 - 2.6.1. Conceitos de justiça
 - 2.6.2. Estado e seus elementos
 - 2.6.3. Estado mexicano
- 2.7. O direito como ciência
 - 2.7.1. Disciplinas jurídicas especiais
 - 2.7.2. Disciplinas jurídicas auxiliares
- 2.8. Eventos e atos jurídicos
 - 2.8.1. Processos jurídicos
 - 2.8.2. Conceito de evento jurídico
 - 2.8.3. Conceito de ato jurídico
- 2.9. Agentes do direito
 - 2.9.1. Pessoa física
 - 2.9.2. Pessoa jurídica
 - 2.9.3. Atributos das pessoas físicas
- 2.10. Interpretação jurídica
 - 2.10.1. Conceito de técnica jurídica
 - 2.10.2. Métodos de interpretação
 - 2.10.3. Regras de interpretação

Módulo 3. Direito Publicitário

- 3.1. Noções básicas da lei publicitária
 - 3.1.1. Conceito e surgimento do direito publicitário
 - 3.1.2. Sujeitos da redação publicitária
 - 3.1.3. Os direitos da personalidade
 - 3.1.4. Obra publicitária, propriedade intelectual e industrial
 - 3.1.5. Outras formas de proteção da obra publicitária
- 3.2. As fontes da lei publicitária
 - 3.2.1. Regime jurídico e normas
 - 3.2.2. Fontes da lei publicitária
 - 3.2.3. Limites para a eficácia das normas
- 3.3. Publicidade ilegal
 - 3.3.1. Publicidade de menores de idade
 - 3.3.2. Publicidade subliminal
 - 3.3.3. Publicidade contrária a normativa específica
 - 3.3.4. Delito publicitário
- 3.4. A publicidade desleal
 - 3.4.1. Publicidade enganosa
 - 3.4.2. A publicidade desleal
 - 3.4.3. Publicidade encoberta
 - 3.4.4. Publicidade agressiva
 - 3.4.5. Publicidade comparativa
- 3.5. Os contratos publicitários
 - 3.5.1. Regime jurídico
 - 3.5.2. Nascimento do contrato
 - 3.5.3. Ineficácia
 - 3.5.4. Incumprimento
 - 3.5.5. Disposições comuns específicas aos contratos publicitários
- 3.6. O contrato de criação publicitária
 - 3.6.1. Conceito
 - 3.6.2. Caracteres
 - 3.6.3. Conteúdo
 - 3.6.4. Incumprimento
 - 3.6.5. Extinção
- 3.7. O contrato de difusão publicitária
 - 3.7.1. Conceito
 - 3.7.2. Caracteres
 - 3.7.3. Conteúdo
 - 3.7.4. Incumprimento
 - 3.7.5. Extinção
- 3.8. O contrato de patrocínio
 - 3.8.1. Conceito
 - 3.8.2. Caracteres
 - 3.8.3. Conteúdo
 - 3.8.4. Incumprimento
 - 3.8.5. Extinção
- 3.9. Ética publicitária e auto-regulamentação
 - 3.9.1. Ética publicitária: conceitos e objetivos
 - 3.9.2. Valor dos códigos de conduta
 - 3.9.3. Autocontrole
- 3.10. A importância da publicidade e a necessidade de sua regulamentação
 - 3.10.1. A alternativa da autorregulação
 - 3.10.2. Benefícios e vantagens da autorregulação
 - 3.10.3. A atualidade da autorregulação



Uma formação completa que irá conduzi-lo através dos conhecimentos necessários para competir entre os melhores"

04

Metodologia

Esta capacitação oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modelo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o *New England Journal of Medicine*.



“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

Estudo de caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as competências em um contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH você irá experimentar uma forma de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo”



Você terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, por meio de um ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe os desafios e decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, sendo este um passo decisivo para alcançar o sucesso. O método do caso, técnica que constitui as bases deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e profissional mais atual seja seguida.

“

Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira”

O aluno aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, como resolver situações complexas em ambientes empresariais reais.

O método do caso foi o sistema de aprendizagem mais utilizado nas melhores faculdades de negócios do mundo desde que elas existem. Desenvolvido em 1912 para que os alunos de Direito pudessem aprender a lei não apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar situações reais realmente complexas para que eles tomassem decisões e fizessem juízos de valor fundamentados sobre como resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que nos deparamos no método de caso, um método de aprendizagem orientado à ação. Ao longo do programa, os alunos irão se deparar com diversos casos reais. Terão que integrar todos os seus conhecimentos, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões.

Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando 8 elementos didáticos diferentes em cada aula.

Potencializamos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

Em 2019 alcançamos os melhores resultados de aprendizagem entre todas as universidades online do mundo.

Na TECH você aprende através de uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os gerentes do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa universidade é a única com licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral de nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos curso, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma integrada. Esta metodologia já capacitou mais de 650.000 graduados universitários com um sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, habilidades gerenciais, ciências do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história ou mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um grupo de alunos universitários de alto perfil socioeconômico e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning Ihe permitirá aprender com menos esforço e mais desempenho, fazendo você se envolver mais na sua capacitação, desenvolvendo seu espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões, ou seja, uma equação de sucesso.

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, sabemos não somente como organizar informações, ideias, imagens e memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

Desta forma, no que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa de estudos estão ligados ao contexto onde o participante desenvolve sua prática profissional.



Neste programa de estudos, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para você:



Material de estudo

Todo o conteúdo didático foi elaborado especificamente para o programa de estudos pelos especialistas que irão ministra-lo, o que permite que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso com as técnicas mais avançadas e oferecendo alta qualidade em cada um dos materiais que colocamos à disposição do aluno.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas. O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro.



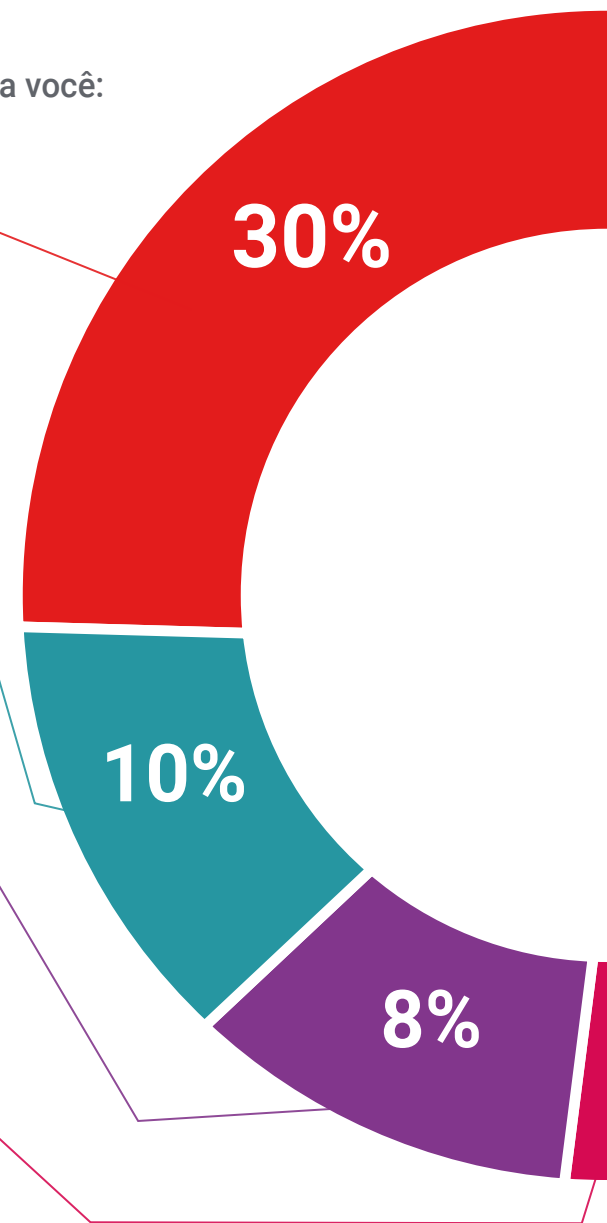
Práticas de aptidões e competências

Serão realizadas atividades para desenvolver competências e habilidades específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um especialista precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar sua capacitação.





Case studies

Os alunos irão completar uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especificamente para esta capacitação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas no cenário internacional.



Resumos interativos

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais, a fim de reforçar o conhecimento. Este sistema educacional exclusivo de apresentação de conteúdo multimídia, foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o seu conhecimento ao longo do programa através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que você possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



05

Certificado

O Programa Avançado de Direito Publicitário garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Programa Avançado emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

*Conclua este programa de estudos
com sucesso e receba seu certificado
sem sair de casa e sem burocracias”*

Este **Programa Avançado de Direito Publicitário** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de **Programa Avançado** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Programa Avançado, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação carreira profissional.

Título: **Programa Avançado de Direito Publicitário**

Nº de Horas Oficiais: **450h**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade compreensão
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualidade
desenvolvimento simulação

tech universidade
tecnológica

Programa Avançado

Direito Publicitário

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Dedicção: 16h/semana
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Programa Avançado

Direito Publicitário

