

Курс профессиональной подготовки

Рекламное право



Курс профессиональной подготовки

Рекламное право

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 6 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Режим обучения: 16ч./неделя
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: www.techitute.com/ru/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-advertising-law

Оглавление

01

Презентация

стр. 4

02

Цели

стр. 8

03

Структура и содержание

стр. 12

04

Методология

стр. 18

05

Квалификация

стр. 26

01

Презентация

При разработке рекламной кампании необходимо учитывать, что существует ряд нормативных актов, регулирующих этот сектор, чтобы не попасть на незаконную или вводящую в заблуждение публикацию, а также на публикацию, которая, например, противоречит правам других людей или компаний. По этой причине необходимо привлекать специалистов, обладающих обширными знаниями в области рекламного права, чтобы избежать возможных аспектов, которые могут нанести ущерб компании. В рамках этой интенсивной программы студент получит углубленные знания в области правовых аспектов, регулирующих рекламную деятельность, и станет экспертом в этой области и сможет работать с рекламными командами высшего уровня.



“

Если вы равнодушны к рекламе, не упустите возможность узнать о нормативных актах, которые регулируют этот сектор и которым вы должны следовать, чтобы не совершить противоправного действия”

Специалисты в области журналистики и коммуникаций, желающие работать в сфере рекламы, должны помнить, что им необходимо приобрести некоторые базовые знания, которые позволят им получить общее представление о данном секторе. Таким образом, наряду с осведомленностью в конкретных вопросах рекламы, очень важно научиться ориентироваться в правовом поле, получить необходимые знания в области рекламного права, которые позволят работать с полной гарантией успеха, избегая возможных судебных исков по вопросам, связанным с незаконной или вводящей в заблуждение рекламой, нарушением основных прав или, например, интеллектуальной собственности.

Это обширная и увлекательная область, в которую должны погрузиться специалисты, желающие достичь ответственных позиций в данной сфере и, прежде всего, желающие работать в престижных компаниях, где высоко ценятся рекламные отделы. Именно поэтому ТЕСН разработал данную программу, в которой будут рассмотрены следующие вопросы: что такое право, зачем нужны нормы, регулирующие поведение, как оно устроено, каковы цели права, какие виды норм существуют и т.д. Полный и конкретный обзор, который позволит журналистам успешно работать в рекламном секторе, имея полное представление об основных правовых аспектах, касающихся рекламы. В частности, будут подробно рассмотрены нормативная база, регулирующая рекламную деятельность, роль саморегулирования в этом секторе, незаконная или недобросовестная реклама, а также наиболее часто используемые договоры.

Несомненно, это программа, которая обозначит "до" и "после" в подготовке специалистов и поможет им изменить свою профессию, пока они не достигнут желаемой должности. И все это благодаря программе в цифровом формате, включающей лучшие теоретические и практические ресурсы, представленные на современной академической площадке.

Данный **Курс профессиональной подготовки в области Рекламное право** содержит самую полную и современную научную программу на рынке.

Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Использование новейших технологий в области программного обеспечения для онлайн-обучения
- ♦ Система обучения, интенсивно визуальная, поддерживается графическим и схематическим содержанием, которое легко усвоить и понять
- ♦ Разбор практических кейсов, представленных практикующими экспертами
- ♦ Современные интерактивные видеосистемы
- ♦ Преподавание с использованием телепрактики
- ♦ Постоянное обновление существующих и введение новых методик образования
- ♦ Саморегулируемое обучение, которое позволяет полностью совместить его с другими видами деятельности
- ♦ Практические упражнения для самооценки и проверки усвоения полученных знаний
- ♦ Группы поддержки и форумы для общения студентов между собой: вопросы к эксперту, дискуссии и форумы для обмена знаниями
- ♦ Общение с преподавательским составом и индивидуальная работа по размышлению
- ♦ Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства, имеющего подключение к Интернету
- ♦ Хранящиеся в постоянном доступе учебные материалы

“

Телепрактика даст вам возможность учиться в режиме погружения, что позволит быстрее интегрироваться и более реалистично воспринимать содержание"

Преподавательский состав этой программы состоит из профессионалов из различных областей, связанных с данной специальностью. Таким образом, ТЕСН ставит целью обеспечить вас обновленными методиками в изучении этой программы. Многопрофильная команда, состоящая из опытных специалистов, работающих в различных сферах, которые эффективно развивают теоретические знания, но, прежде всего, ставят на вооружение студентов практические знания, полученные из собственного опыта.

Все эти знания дополнены эффективной методологией преподавания. Программа разработана многопрофильной командой экспертов в области *e-Learning*, и объединяет в себе последние достижения в области образовательных технологий. Таким образом, студент сможет учиться с помощью ряда удобных и универсальных мультимедийных инструментов, которые обеспечат ему/ей необходимую оперативность в процессе обучения.

Основное внимание в этой программе уделяется проблемно-ориентированному обучению. Подход, при котором обучение рассматривается как исключительно практический процесс. Для эффективности дистанционного обучения ТЕСН использует телепрактику. Таким образом, с помощью инновационной интерактивной видеосистемы и так называемой системы *обучения у эксперта* студенты смогут получить знания, как если бы они столкнулись с реальным случаем. Практическая концепция получения и закрепления знаний.

Курс профессиональной подготовки, который позволит вам увереннее работать в области рекламы, владея самыми актуальными понятиями на юридическом уровне.

Поступив на Курс профессиональной подготовки, вы получите доступ к многочисленным академическим ресурсам, которые сделают ваше обучение более простым и эффективным.



02

Цели

Структура программы Курса профессиональной подготовки в области рекламного права ТЕСН была разработана с целью подготовки специалистов в сфере журналистики и коммуникации, которые должны быть очень внимательны при разработке своих рекламных кампаний, так как небольшая ошибка в этой области может создать настоящий хаос в организации, и, возможно, ее придется решать в суде. Поэтому очень важно, чтобы специалисты хорошо понимали правовые понятия, которые они всегда должны иметь в виду для безопасной работы.





“

Специализируйтесь в области рекламного права и получите высокий уровень знаний в этой области, который поможет вам разрешить возможные конфликты”



Общие цели

- ♦ Научиться проводить соответствующую рекламную коммуникацию с использованием самых современных цифровых инструментов
- ♦ Научиться управлять коммуникацией организаций и компаний во время кризиса

“

Знание основных нормативных актов в области рекламы позволит специалистам избежать правовых коллизий”





Конкретные цели

Модуль 1. Теория рекламы

- ♦ Знать области рекламы и связей с общественностью, их организационные структуры и процессы
- ♦ Определить профессиональные профили специалистов в области рекламы и связей с общественностью, а также основные навыки, необходимые в их профессиональной практике
- ♦ Определить фундаментальные принципы человеческого творчества и их применение в проявлениях убеждающей коммуникации
- ♦ Знать, как применять креативные процессы в сфере коммуникации, особенно в области рекламы и связей с общественностью
- ♦ Уметь описывать структуру рекламных агентств
- ♦ Определить процессы и организационные структуры процесса рекламы и связей с общественностью

Модуль 2. Введение в право

- ♦ Понять структуру и трансформацию современного общества в связи с элементами, формами и процессами рекламы и коммуникации в области связей с общественностью
- ♦ Понять структуру СМИ и их основные форматы как выражение образа жизни и культуры обществ, в которых они выполняют свою общественную функцию
- ♦ Признать социологические, экономические и правовые аспекты, влияющие на рекламную коммуникацию и развитие связей с общественностью

- ♦ Обладать способностью к понятной и эффективной информационной обработке научных достижений
- ♦ Уметь согласованно соотносить рекламу и связи с общественностью с другими социальными и гуманитарными науками
- ♦ Решать задачи и практические кейсы, связанные с применением принципов права, работой с его юридическими источниками и толкованием его текстов

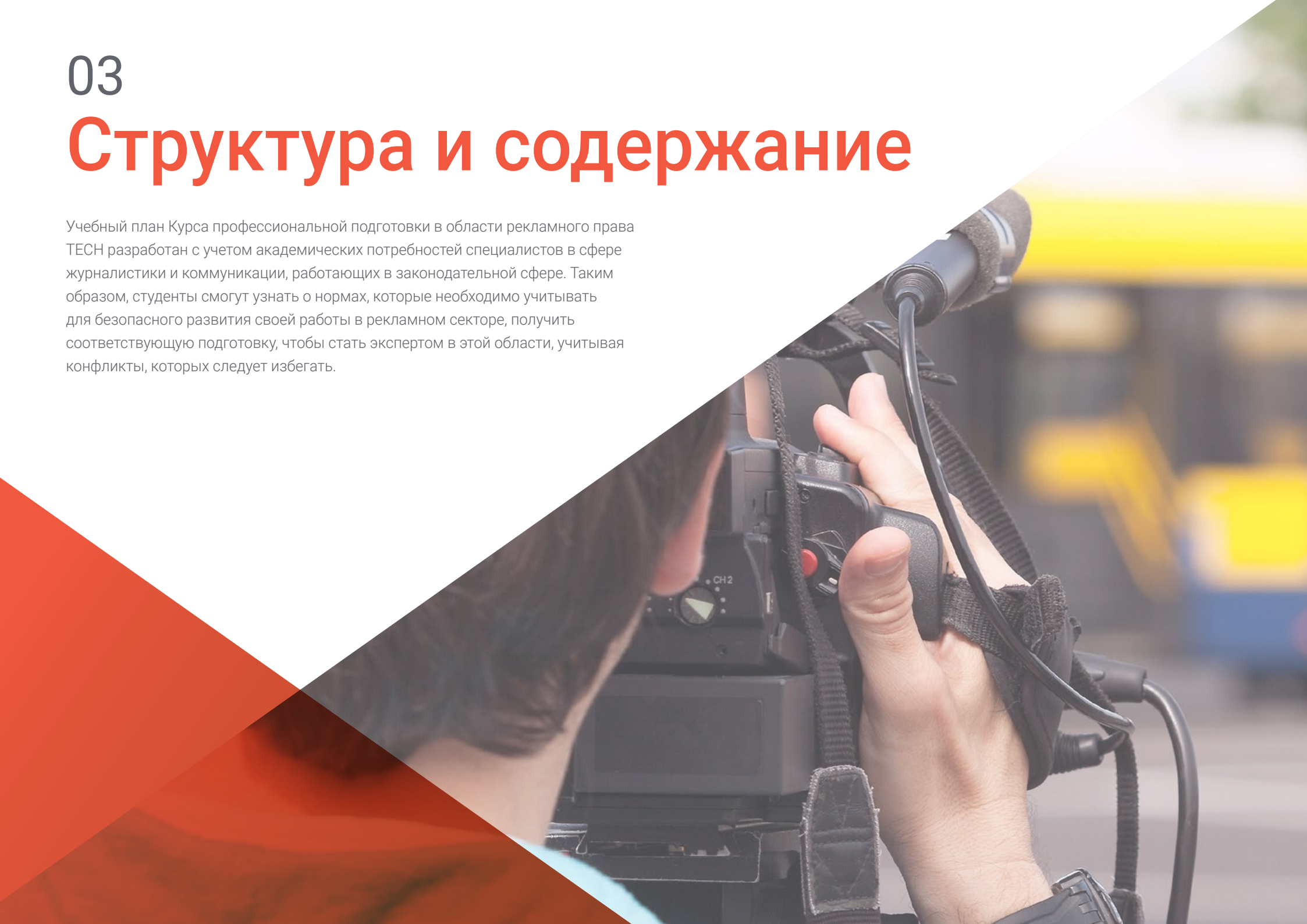
Модуль 3. Право в рекламе

- ♦ Понимать основные дискуссии и события в СМИ, возникающие в связи с текущей ситуацией, и то, как они генерируются и распространяются в соответствии с коммуникативными стратегиями и интересами всех видов
- ♦ Определять методы и проблемы различных отраслей исследования в области коммуникационных наук
- ♦ Анализировать рекламное сообщение с целью создания рекламы, свободной от социальной дискриминации, используя профессиональную этику
- ♦ Знать этические основы профессии рекламиста и специалиста в области связей с общественностью
- ♦ Понимать правовые аспекты, регулирующие деятельность в области рекламы и связей с общественностью
- ♦ Знать объем и границы рекламного права

03

Структура и содержание

Учебный план Курса профессиональной подготовки в области рекламного права ТЕСН разработан с учетом академических потребностей специалистов в сфере журналистики и коммуникации, работающих в законодательной сфере. Таким образом, студенты смогут узнать о нормах, которые необходимо учитывать для безопасного развития своей работы в рекламном секторе, получить соответствующую подготовку, чтобы стать экспертом в этой области, учитывая конфликты, которых следует избегать.



“

Грамотно составленный учебный план, который будет незаменим для того, чтобы из первых рук узнать самые актуальные аспекты законодательства, применяемые в сфере рекламы”

Модуль 1. Теория рекламы

- 1.1. Основы рекламы
 - 1.1.1. Введение
 - 1.1.2. Основы рекламы и маркетинга
 - 1.1.1.1. Маркетинг
 - 1.1.1.2. Реклама
 - 1.1.3. Реклама, связи с общественностью и пропаганда
 - 1.1.4. Размеры и социальный охват современной рекламы
 - 1.1.5. Успешная реклама: KFC
- 1.2. История рекламы
 - 1.2.1. Введение
 - 1.2.2. Происхождение
 - 1.2.3. Промышленная революция и реклама
 - 1.2.4. Развитие рекламной индустрии
 - 1.2.5. Реклама в мире Интернета
 - 1.2.6. Успешная реклама: кейс-стади Coca-Cola
- 1.3. Реклама и ее герои (I): Рекламодатель
 - 1.3.1. Введение
 - 1.3.2. Как работает рекламная индустрия
 - 1.3.3. Типы рекламодателей
 - 1.3.4. Реклама в организационной структуре компании
 - 1.3.5. Успешная реклама: кейс-стади Facebook
- 1.4. Реклама и ее герои (II): Рекламные агентства
 - 1.4.1. Введение
 - 1.4.2. Рекламное агентство: специалисты в области рекламной коммуникации
 - 1.4.3. Организационная структура рекламных агентств
 - 1.4.4. Виды рекламных агентств
 - 1.4.5. Управление гонорарами в рекламных агентствах
 - 1.4.6. Успешная реклама: Nike





- 1.5. Реклама и ее герои (III): Получатель рекламы
 - 1.5.1. Введение
 - 1.5.2. Получатель рекламы и его условия
 - 1.5.3. Получатель рекламы как потребитель
 - 1.5.4. Потребности и желания в рекламе
 - 1.5.5. Реклама и память: об эффективности рекламы
 - 1.5.6. Успешная реклама: кейс-стади IKEA
- 1.6. Процесс создания рекламного объявления (I): От рекламодателя к СМИ
 - 1.6.1. Введение
 - 1.6.2. Предварительные аспекты креативного рекламного процесса
 - 1.6.3. Рекламный бриф или коммуникационный бриф
 - 1.6.4. Креативная стратегия
 - 1.6.5. Медиастратегия
 - 1.6.5.1. Успешная реклама: Apple
- 1.7. Процесс создания рекламного объявления (II): Креативность и реклама
 - 1.7.1. Введение
 - 1.7.2. Основы рекламного креатива
 - 1.7.3. Рекламный креатив и его коммуникативный статус
 - 1.7.4. Креативная работа в рекламе
 - 1.7.5. Успешная реклама: кейс-стади Реал Мадрид
- 1.8. Процесс создания рекламного объявления (III): Идея и разработка рекламного манифеста
 - 1.8.1. Введение
 - 1.8.2. Креативный дизайн и стратегия
 - 1.8.3. Креативный процесс дизайна
 - 1.8.4. Десять основных путей творчества по Луису Бассату: рекламные жанры
 - 1.8.5. Рекламные форматы
 - 1.8.6. Успешная реклама: Mc Donalds
- 1.9. Рекламное медиапланирование

- 1.9.1. Введение
- 1.9.2. Средства и планирование
- 1.9.3. Средства рекламы и их классификация
- 1.9.4. Инструменты медиапланирования
- 1.9.5. Успешная реклама: Pepsi
- 1.10. Реклама, общество и культура
 - 1.10.1. Введение
 - 1.10.2. Взаимоотношения между рекламой и обществом
 - 1.10.3. Реклама и эмоции
 - 1.10.4. Реклама, предметы и вещи
 - 1.10.5. Успешная реклама: Burger King

Модуль 2. Введение в право

- 2.1. Право и юридические нормы
 - 2.1.1. Концепция права
 - 2.1.2. Понятие обязанности
 - 2.1.3. Норма
- 2.2. Классификация юридических норм
 - 2.2.1. Критерии
 - 2.2.2. Классификация
- 2.3. Источники права
 - 2.3.1. Официальные источники
 - 2.3.2. Реальные источники
 - 2.3.3. Исторические источники
- 2.4. Значения термина право
 - 2.4.1. Позитивное право и действующее законодательство
 - 2.4.2. Объективное и субъективное право
 - 2.4.3. Реальное право и личное право
- 2.5. Нормативный язык
 - 2.5.1. Понятия закона, нормы и правила
 - 2.5.2. Примечания, различающие системы регулирования
- 2.6. Государство и право

- 2.6.1. Концепции справедливости
- 2.6.2. Государство и его элементы
- 2.6.3. Государство Мексика
- 2.7. Право как наука
 - 2.7.1. Специальные юридические дисциплины
 - 2.7.2. Вспомогательные юридические дисциплины
- 2.8. Факты и юридические акты
 - 2.8.1. Судебные разбирательства
 - 2.8.2. Понятие юридического факта
 - 2.8.3. Понятие юридического акта
- 2.9. Субъекты права
 - 2.9.1. Физическое лицо
 - 2.9.2. Юридическое лицо
 - 2.9.3. Признаки физических лиц
- 2.10. Юридическая интерпретация
 - 2.10.1. Понятие юридического приема
 - 2.10.2. Методы интерпретации
 - 2.10.3. Правила интерпретации

Модуль 3. Рекламное право

- 3.1. Основные понятия закона о рекламе
 - 3.1.1. Понятие и возникновение законодательства о рекламе
 - 3.1.2. Субъекты рекламных отношений
 - 3.1.3. Права личности
 - 3.1.4. Рекламные работы, интеллектуальная и промышленная собственность
 - 3.1.5. Другие формы защиты рекламного произведения
- 3.2. Источники публичного права
 - 3.2.1. Юридическая система и нормы
 - 3.2.2. Источники публичного права
 - 3.2.3. Ограничения эффективности норм
- 3.3. Незаконная реклама

- 3.3.1. Реклама несовершеннолетних
- 3.3.2. Подсознательная реклама
- 3.3.3. Реклама, противоречащая специальным нормативам
- 3.3.4. Преступление в сфере рекламы
- 3.4. Недобросовестная реклама
 - 3.4.1. Вводящая в заблуждение реклама
 - 3.4.2. Недобросовестная реклама
 - 3.4.3. Скрытая реклама
 - 3.4.4. Агрессивная реклама
 - 3.4.5. Сравнительная реклама
- 3.5. Рекламные контракты
 - 3.5.1. Правовой режим
 - 3.5.2. Создание контракта
 - 3.5.3. Неэффективность
 - 3.5.4. Несоблюдение
 - 3.5.5. Общие положения, характерные для рекламных контрактов
- 3.6. Договор о создании рекламы
 - 3.6.1. Концепция
 - 3.6.2. Стороны
 - 3.6.3. Содержание
 - 3.6.4. Несоблюдение
 - 3.6.5. Расторжение
- 3.7. Договор на рекламное вещание
 - 3.7.1. Концепция
 - 3.7.2. Стороны
 - 3.7.3. Содержание
 - 3.7.4. Несоблюдение
 - 3.7.5. Расторжение
- 3.8. Спонсорский контракт
 - 3.8.1. Концепция
 - 3.8.2. Стороны
 - 3.8.3. Содержание
 - 3.8.4. Несоблюдение
 - 3.8.5. Расторжение
- 3.9. Рекламная этика и саморегулирование
 - 3.9.1. Этика рекламы: понятие и цель
 - 3.9.2. Значение кодексов поведения
 - 3.9.3. Самоконтроль
- 3.10. Важность рекламы и необходимость ее регулирования
 - 3.10.1. Альтернатива саморегулированию
 - 3.10.2. Выгоды и преимущества саморегулирования
 - 3.10.3. Актуальность саморегуляции



“Полноценное образование, которое даст вам необходимые знания, чтобы конкурировать с лучшими”

04

Методология

Данная учебная программа предлагает особый способ обучения. Наша методология разработана в режиме циклического обучения: **Relearning**.

Данная система обучения используется, например, в самых престижных медицинских школах мира и признана одной из самых эффективных ведущими изданиями, такими как **Журнал медицины Новой Англии**.



“

Откройте для себя методику *Relearning*, которая отвергает традиционное линейное обучение, чтобы показать вам циклические системы обучения: способ, который доказал свою огромную эффективность, особенно в предметах, требующих запоминания”

Исследование кейсов для контекстуализации всего содержания

Наша программа предлагает революционный метод развития навыков и знаний. Наша цель - укрепить компетенции в условиях меняющейся среды, конкуренции и высоких требований.

“

С TECH вы сможете познакомиться со способом обучения, который опровергает основы традиционных методов образования в университетах по всему миру”



Вы получите доступ к системе обучения, основанной на повторении, с естественным и прогрессивным обучением по всему учебному плану.



В ходе совместной деятельности и рассмотрения реальных кейсов студент научится разрешать сложные ситуации в реальной бизнес-среде.

Инновационный и отличный от других метод обучения

Эта программа TECH - интенсивная программа обучения, созданная с нуля, которая предлагает самые сложные задачи и решения в этой области на международном уровне. Благодаря этой методологии ускоряется личностный и профессиональный рост, делая решающий шаг на пути к успеху. Метод кейсов, составляющий основу данного содержания, обеспечивает следование самым современным экономическим, социальным и профессиональным реалиям.

“

Наша программа готовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере”

Метод кейсов является наиболее широко используемой системой обучения в лучших бизнес-школах мира на протяжении всего времени их существования. Разработанный в 1912 году для того, чтобы студенты-юристы могли изучать право не только на основе теоретического содержания, метод кейсов заключается в том, что им представляются реальные сложные ситуации для принятия обоснованных решений и ценностных суждений о том, как их разрешить. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете.

Что должен делать профессионал в определенной ситуации? Именно с этим вопросом мы сталкиваемся при использовании метода кейсов - метода обучения, ориентированного на действие. На протяжении всей программы студенты будут сталкиваться с многочисленными реальными случаями из жизни. Им придется интегрировать все свои знания, исследовать, аргументировать и защищать свои идеи и решения.

Методология *Relearning*

TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает 8 различных дидактических элементов в каждом уроке.

Мы улучшаем метод кейсов с помощью лучшего метода 100% онлайн-обучения: *Relearning*.

В 2019 году мы достигли лучших результатов обучения среди всех онлайн-университетов в мире.

В TECH вы будете учиться по передовой методике, разработанной для подготовки руководителей будущего. Этот метод, играющий ведущую роль в мировой педагогике, называется *Relearning*. Наш университет - единственный вуз, имеющий лицензию на использование этого успешного метода. В 2019 году нам удалось повысить общий уровень удовлетворенности наших студентов (качество преподавания, качество материалов, структура курса, цели...) по отношению к показателям лучшего онлайн-университета.





В нашей программе обучение не является линейным процессом, а происходит по спирали (мы учимся, разучиваемся, забываем и заново учимся). Поэтому мы дополняем каждый из этих элементов по концентрическому принципу. Благодаря этой методике более 650 000 выпускников университетов добились беспрецедентного успеха в таких разных областях, как биохимия, генетика, хирургия, международное право, управленческие навыки, спортивная наука, философия, право, инженерное дело, журналистика, история, финансовые рынки и инструменты. Наша методология преподавания разработана в среде с высокими требованиями к уровню подготовки, с университетским контингентом студентов с высоким социально-экономическим уровнем и средним возрастом 43,5 года.

Методика Relearning позволит вам учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, все больше вовлекая вас в процесс обучения, развивая критическое мышление, отстаивая аргументы и противопоставляя мнения, что непосредственно приведет к успеху.

Согласно последним научным данным в области нейронауки, мы не только знаем, как организовать информацию, идеи, образы и воспоминания, но и знаем, что место и контекст, в котором мы что-то узнали, имеют фундаментальное значение для нашей способности запомнить это и сохранить в гиппокампе, чтобы удержать в долгосрочной памяти.

Таким образом, в рамках так называемого нейрокогнитивного контекстно-зависимого электронного обучения, различные элементы нашей программы связаны с контекстом, в котором участник развивает свою профессиональную практику.

В рамках этой программы вы получаете доступ к лучшим учебным материалам, подготовленным специально для вас:



Учебный материал

Все дидактические материалы создаются преподавателями специально для студентов этого курса, чтобы они были действительно четко сформулированными и полезными.

Затем вся информация переводится в аудиовизуальный формат, создавая дистанционный рабочий метод TECH. Все это осуществляется с применением новейших технологий, обеспечивающих высокое качество каждого из представленных материалов.



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

Так называемый метод обучения у эксперта укрепляет знания и память, а также формирует уверенность в наших будущих сложных решениях.



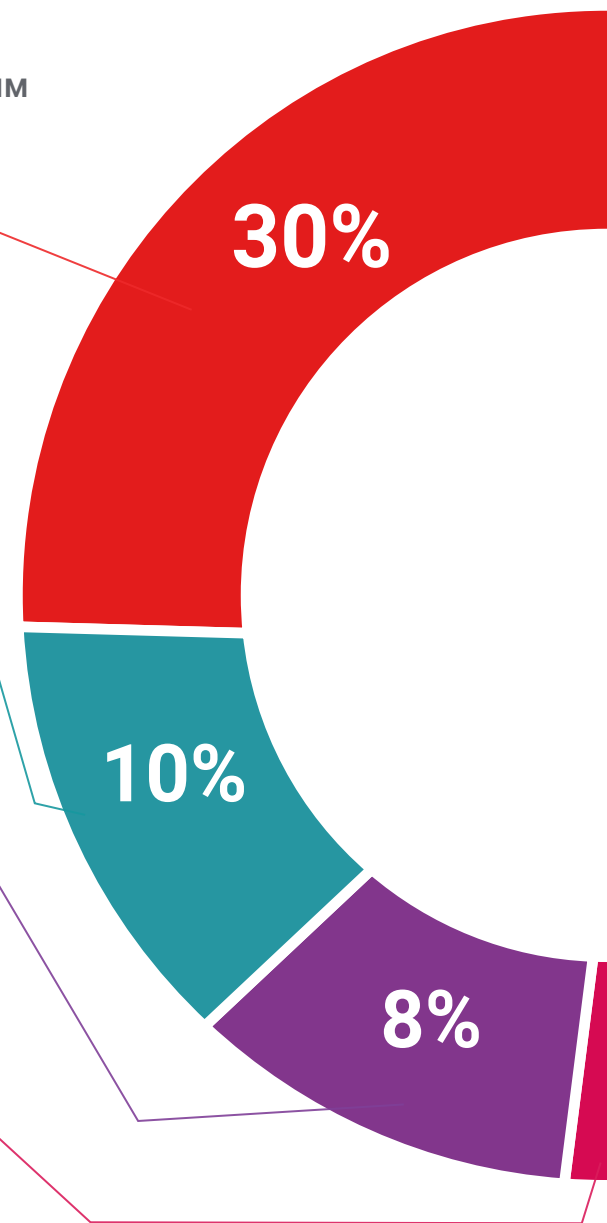
Практика навыков и компетенций

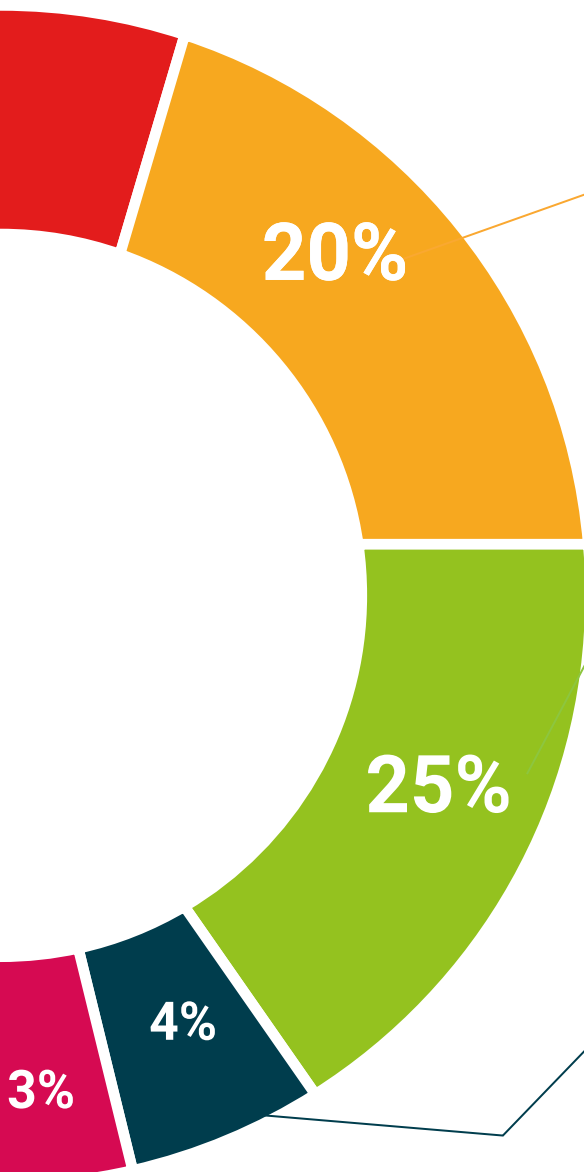
Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



Дополнительная литература

Новейшие статьи, консенсусные документы и международные руководства включены в список литературы курса. В виртуальной библиотеке TECH студент будет иметь доступ ко всем материалам, необходимым для завершения обучения.





Метод кейсов

Метод дополнится подборкой лучших кейсов, выбранных специально для этой квалификации. Кейсы представляются, анализируются и преподаются лучшими специалистами на международной арене.



Интерактивные конспекты

Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной мультимедийной форме, которая включает аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний. Эта уникальная обучающая система для представления мультимедийного содержания была отмечена компанией Microsoft как "Европейская история успеха".



Тестирование и повторное тестирование

На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



05

Квалификация

Курс профессиональной подготовки в области Рекламное право гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Курса профессиональной подготовки, выдаваемого TECH Технологическим университетом.



““

Успешно пройдите эту программу и получите университетский диплом без хлопот, связанных с поездками и оформлением документов”

Данный **Курс профессиональной подготовки в области Рекламное право** содержит самую полную и современную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом о прохождении **Курса профессиональной подготовки**, выданный **TECH Технологическим университетом**.

Диплом, выданный **TECH Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную на Курсе профессиональной подготовки, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Курс профессиональной подготовки в области Рекламное право**

Количество учебных часов: **450 часов**



*Гаагский апостиль. В случае, если студент потребует, чтобы на его диплом в бумажном формате был проставлен Гаагский апостиль, TECH EDUCATION предпримет необходимые шаги для его получения за дополнительную плату.

Будущее

Здоровье Доверие Люди

Образование Информация Тьюторы

Гарантия Аккредитация Преподавание

Институты Технология Обучение

Сообщество Обязательство

Персональное внимание Инновации

Знания Настоящее будущее

Веб обучение

Развитие Институты

Виртуальный класс

Языки

tech технологический
университет

Курс профессиональной
подготовки

Рекламное право

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 6 месяцев
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Режим обучения: 16ч./неделя
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Курс профессиональной подготовки

Рекламное право

