

Certificat Avancé

Droit de la Publicité



tech université
technologique

Certificat Avancé

Droit de la Publicité

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/journalisme-communication/diplome-universite/diplome-universite-droit-publicite

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Structure et contenu

page 12

04

Méthodologie

page 18

05

Diplôme

page 26

01

Présentation

Lors de la conception d'une campagne publicitaire, il est nécessaire de garder à l'esprit qu'il existe une série de règles qui régissent le secteur, afin d'éviter de tomber dans une publication illicite ou trompeuse ou qui va à l'encontre des droits d'autres personnes ou d'entreprises, par exemple. C'est pourquoi il est nécessaire de faire appel à des professionnels ayant une connaissance approfondie du droit de la publicité, afin d'éviter d'éventuels aspects préjudiciables à l'entreprise. Grâce à ce programme intensif, l'étudiant acquiert une connaissance approfondie des aspects juridiques qui régissent l'activité publicitaire, devenant ainsi un expert en la matière qui pourra intégrer les équipes les plus compétentes au niveau de la publicité dans les entreprises de premier plan.



“

Si vous êtes passionné par la Publicité, ne manquez pas l'occasion de connaître les règles qui régissent le secteur et que vous devez respecter pour ne pas commettre d'acte illégal"

Les professionnels du journalisme et de la communication qui souhaitent travailler dans le domaine de la Publicité doivent garder à l'esprit qu'ils doivent acquérir certaines connaissances de base qui leur permettront d'avoir une vision générale du secteur. Ainsi, en plus de se tenir au courant des questions spécifiques à la publicité, il est très important qu'ils apprennent à se débrouiller dans le domaine juridique, en obtenant les connaissances nécessaires en matière de Droit de la Publicité qui leur permettront de travailler avec toutes les garanties de succès, en évitant d'éventuelles poursuites pour des questions liées à la Publicité illégale ou trompeuse, ou pour la violation des droits fondamentaux ou de la propriété intellectuelle, par exemple.

Il s'agit d'un domaine vaste et passionnant dans lequel doivent s'immerger les professionnels qui veulent accéder à des postes à responsabilité dans ce domaine et, surtout, qui souhaitent travailler dans des entreprises prestigieuses où les départements de Publicité sont très appréciés. C'est pour cette raison que TECH a conçu ce programme, qui réfléchira aux questions suivantes: qu'est-ce que le droit, pourquoi est-il nécessaire d'avoir des règles qui régulent les comportements, comment est-il structuré, quels sont les objectifs du Droit, quel type de règles existe-t-il, etc. Un tour d'horizon complet et concret qui permettra aux journalistes de travailler avec succès dans le secteur de la publicité avec une vision globale des aspects juridiques fondamentaux de la Publicité. En particulier, le cadre réglementaire régissant la Publicité, le rôle de l'autorégulation dans ce secteur, la publicité illégale ou déloyale et les contrats les plus couramment utilisés feront l'objet d'une discussion approfondie.

Sans aucun doute, un programme qui marquera un avant et un après dans la formation des professionnels et qui les guidera pour qu'ils puissent changer de profession jusqu'à ce qu'ils atteignent le poste de travail tant désiré. Et tout cela, grâce à un programme en format numérique, qui comprend les meilleures ressources théoriques et pratiques de la scène académique actuelle.

Ce **Certificat Avancé en Droit de la Publicité** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ L'utilisation des dernières technologies en matière de software d'enseignement en ligne
- ♦ Le système d'enseignement, intensément visuel, soutenu par des contenus graphiques et schématiques faciles à assimiler et à comprendre
- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en exercice
- ♦ La dernière génération de systèmes vidéo interactifs
- ♦ Enseignement soutenu par la télépratique
- ♦ Systèmes de mise à jour et de recyclage continus
- ♦ Un apprentissage autorégulé qui permet une compatibilité totale avec d'autres professions
- ♦ Exercices pratiques pour l'auto-évaluation et la vérification de l'apprentissage
- ♦ Groupes de soutien et synergies éducatives: questions à l'expert, forums de discussion et de connaissances
- ♦ Communication avec l'équipe d'enseignant et travaux de réflexion individuel
- ♦ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet
- ♦ Les banques de documentation complémentaire disponibles en permanence



Spécialisez-vous dans le Droit de la Publicité avec ce programme de haute qualité dans lequel vous trouverez les informations les plus récentes du moment"

“ *Notre concept innovant de télépratique vous donnera l'occasion d'apprendre à travers une expérience immersive, ce qui vous permettra une intégration plus rapide et une vision beaucoup plus réaliste des contenus* ”

Le corps enseignant de ce programme est composé de professionnels issus de différents domaines liés à cette spécialité. De cette façon, TECH s'assure d'offrir l'objectif de mise à jour académique qui est prévu. Une équipe multidisciplinaire de professionnels qualifiés et expérimentés dans différents environnements, qui développeront efficacement les connaissances théoriques, mais surtout mettront au service des élèves les connaissances pratiques issues de leur propre expérience.

Cette maîtrise du sujet est complétée par l'efficacité de la conception méthodologique. Développé par une équipe multidisciplinaire d'experts en *e-learning*, il intègre les dernières avancées en matière de technologie éducative. Ainsi, l'élève pourra étudier avec une gamme d'outils multimédias polyvalents qui vous donneront l'opérabilité dont vous avez besoin.

La conception de ce programme est axée sur l'Apprentissage par les Problèmes. Une approche qui conçoit l'apprentissage comme un processus éminemment pratique. Pour y parvenir à distance, TECH utilise la télépratique. Ainsi, à l'aide d'un système vidéo interactif innovant, et du *Learning from an Expert* l'apprenant pourra acquérir des connaissances comme si étiez confrontera au scénario que vous apprenez à ce moment précis. Un concept qui vous permet d'intégrer et de fixer votre apprentissage de manière plus réaliste et permanente.

Un Certificat Avancé qui vous permettra de travailler avec une plus grande sécurité dans le domaine de la Publicité, en connaissant les concepts les plus pertinents au niveau juridique.

En vous inscrivant à ce Certificat Avancé, vous aurez la possibilité d'accéder à une multitude de ressources académiques qui rendront votre apprentissage plus facile et plus efficace.



02 Objectifs

Le programme de Droit de la Publicité de TECH a été conçu dans le but principal de former les professionnels du journalisme et de la communication dans un domaine qu'ils doivent connaître parfaitement lorsqu'ils développent leurs campagnes publicitaires, car une petite erreur dans ce domaine peut créer un véritable chaos dans l'organisation, et peut même devoir être résolue devant les tribunaux. Il est donc essentiel que les professionnels aient une connaissance approfondie des notions juridiques qu'ils doivent connaître pour travailler en toute sécurité.





“

Spécialisez-vous dans le Droit de la Publicité et acquérez un niveau de connaissances plus élevé dans ce domaine qui vous aidera à résoudre d'éventuels conflits"



Objectifs généraux

- ♦ Acquérir les connaissances nécessaires pour réaliser une communication publicitaire appropriée en utilisant les outils numériques les plus avancés
- ♦ Apprendre à gérer la communication dans les organisations et les entreprises en temps de crise



Connaître les principales réglementations dans le domaine de la Publicité permettra aux professionnels d'éviter les conflits juridiques"





Objectifs spécifiques

Module 1. Théorie de la Publicité

- ♦ Connaissance des domaines de la publicité et des relations publiques ainsi que de leurs structures et processus organisationnels
- ♦ Identifier les profils professionnels des professionnels de la publicité et des relations publiques, ainsi que les principales compétences requises de leur part dans leur pratique professionnelle
- ♦ Identifier les principes fondamentaux de la créativité humaine et son application dans les manifestations de la communication persuasive
- ♦ Savoir appliquer les processus créatifs au domaine de la communication, notamment dans le domaine de la publicité et des relations publiques
- ♦ Savoir décrire la structure des agences de Publicité
- ♦ Identifier les processus et les structures organisationnelles du processus de publicité et de relations publiques

Module 2. Introduction au Droit

- ♦ Reconnaître la structure et la transformation de la société actuelle en relation avec les éléments, les formes et les processus de la publicité et de la communication des relations publiques
- ♦ Comprendre la structure des médias et leurs principaux formats, en tant qu'expressions des modes de vie et des cultures des sociétés dans lesquelles ils exercent leur fonction publique
- ♦ Reconnaître les aspects sociologiques, économiques et juridiques qui influencent la communication publicitaire et le développement des relations publiques

- ♦ Avoir la capacité traiter le traitement informatif des avancées scientifiques de manière compréhensible et efficace
- ♦ Savoir établir un lien cohérent entre la Publicité et les relations publiques et les autres sciences sociales et humaines
- ♦ Résoudre des problèmes et des cas pratiques liés à l'application des principes du Droit, au traitement de ses sources juridiques et à l'interprétation de ses textes

Module 3. Droit de la Publicité

- ♦ Comprendre les principaux débats et événements médiatiques dérivés de la situation actuelle ainsi que la manière dont ils sont générés et diffusés en fonction de stratégies de communication et d'intérêts de toutes sortes
- ♦ Identifier les méthodes et les problèmes des différentes branches de la recherche dans le domaine des sciences de la communication
- ♦ Analyser le message publicitaire dans le but de produire une Publicité exempte de discrimination sociale, en s'appuyant sur l'éthique professionnelle
- ♦ Comprendre le cadre éthique de la profession de la publicité et des relations publiques
- ♦ Comprendre les aspects juridiques qui régissent l'activité publicitaire et les relations publiques
- ♦ Comprendre la portée et les limites du Droit de la Publicité

04

Structure et contenu

Le programme de ce Certificat Avancé en Droit de la Publicité de l'Université TECH a été conçu en tenant compte des besoins académiques des professionnels du journalisme et de la communication dans le domaine législatif. Ainsi, les étudiants pourront connaître les réglementations à prendre en compte pour développer leur travail en toute sécurité dans le secteur de la publicité, en obtenant la formation appropriée pour devenir un expert dans le domaine, en tenant compte des conflits à éviter dans ce domaine.



“

Un syllabus très bien fondé qui sera indispensable pour connaître de première main les aspects les plus pertinents du Droit appliqué à la Publicité”

Module 1. Théorie de la Publicité

- 1.1. Fondements de la Publicité
 - 1.1.1. Introduction
 - 1.1.2. Les bases de la Publicité et du Marketing
 - 1.1.2.1. Marketing
 - 1.1.2.2. Publicité
 - 1.1.3. Publicité, relations publiques et publicité
 - 1.1.4. Dimensions et portée sociale de la publicité contemporaine
 - 1.1.5. Une publicité réussie: KFC
- 1.2. Histoire de la Publicité
 - 1.2.1. Introduction
 - 1.2.2. Origine
 - 1.2.3. La révolution industrielle et la Publicité
 - 1.2.4. Le développement de l'industrie de la publicité
 - 1.2.5. La Publicité dans le monde de l'internet
 - 1.2.6. Une publicité réussie: l'étude de cas de Coca- Cola
- 1.3. La Publicité et ses acteurs (I): L'annonceur
 - 1.3.1. Introduction
 - 1.3.2. Comment fonctionne l'industrie de la publicité
 - 1.3.3. Types d'annonceurs
 - 1.3.4. Publicité dans l'organigramme de l'entreprise
 - 1.3.5. Une publicité réussie: étude de cas Facebook
- 1.4. La Publicité et ses acteurs (II): Les agences de Publicité
 - 1.4.1. Introduction
 - 1.4.2. L'agence de Publicité: les professionnels de la communication publicitaire
 - 1.4.3. La structure organisationnelle des agences de Publicité
 - 1.4.4. Types d'agences de Publicité
 - 1.4.5. La gestion des honoraires dans les agences de Publicité
 - 1.4.6. Une publicité réussie: Nike





- 1.5. La Publicité et ses acteurs (III): Le récepteur de publicité
 - 1.5.1. Introduction
 - 1.5.2. Le récepteur de publicité et son contexte
 - 1.5.3. Le destinataire de la publicité en tant que consommateur
 - 1.5.4. Besoins et désirs dans la Publicité
 - 1.5.5. Publicité et mémoire: sur l'efficacité de la publicité
 - 1.5.6. Une Publicité réussie: l'étude de cas Ikea
- 1.6. Le processus de création publicitaire (I): De l'annonceur aux médias
 - 1.6.1. Introduction
 - 1.6.2. Les aspects préliminaires du processus de création publicitaire
 - 1.6.3. Le briefing publicitaire ou de communication
 - 1.6.4. La stratégie créative
 - 1.6.5. Stratégie médiatique
 - 1.6.5.1. Une publicité réussie: Apple
- 1.7. Le processus de création publicitaire (II): Créativité et Publicité
 - 1.7.1. Introduction
 - 1.7.2. Les fondements du travail créatif des publicitaires
 - 1.7.3. La créativité publicitaire et son statut communicatif
 - 1.7.4. Travail créatif dans la Publicité
 - 1.7.5. Une Publicité réussie: l'étude de cas du Real Madrid
- 1.8. Le processus de création publicitaire (III): Idée et développement du manifeste publicitaire
 - 1.8.1. Introduction
 - 1.8.2. Conception et stratégie créatives
 - 1.8.3. Le processus de conception créative
 - 1.8.4. Les dix chemins fondamentaux de la créativité selon Lluís Bassat: les genres publicitaires
 - 1.8.5. Les formats publicitaires
 - 1.8.6. Une Publicité réussie: Mc Donalds

- 1.9 Planification des médias publicitaires
 - 1.9.1. Introduction
 - 1.9.2. Médias et planification
 - 1.9.3. Les supports publicitaires et leur classification
 - 1.9.4. Outils pour la planification des médias
 - 1.9.5. Une Publicité réussie: Pepsi
- 1.10 Publicité, société et culture
 - 1.10.1. Introduction
 - 1.10.2. La relation entre la Publicité et la société
 - 1.10.3. Publicité et émotions
 - 1.10.4. Publicité, sujets et choses
 - 1.10.5. Une Publicité réussie: Burger King

Module 2. Introduction au Droit

- 2.1. Le Droit et les règles juridiques
 - 2.1.1. Concept de Droit
 - 2.1.2. Concept de devoir
 - 2.1.3. La norme
- 2.2. Classification des normes juridiques
 - 2.2.1. Critères
 - 2.2.2. Classification
- 2.3. Sources du Droit
 - 2.3.1. Sources formelles
 - 2.3.2. Sources réelles
 - 2.3.3. Sources historiques
- 2.4. Significations du terme Droit
 - 2.4.1. Droit positif et Droit en vigueur
 - 2.4.2. Droit objectif et Droit subjectif
 - 2.4.3. Droit réel et Droit personnel
- 2.5. Langage normatif
 - 2.5.1. Concepts de loi, norme et règle
 - 2.5.2. Notes distinguant les systèmes de régulation

- 2.6. L'État et le Droit
 - 2.6.1. Concepts de justice
 - 2.6.2. État et ses éléments
 - 2.6.3. État mexicain
- 2.7. Le Droit comme science
 - 2.7.1. Disciplines juridiques spéciales
 - 2.7.2. Disciplines juridiques auxiliaires
- 2.8. Faits et actes juridiques
 - 2.8.1. Hypothèses juridiques
 - 2.8.2. Notion de faits juridiques
 - 2.8.3. Notion d'actes juridiques
- 2.9. Sujets de Droit
 - 2.9.1. Personne physique
 - 2.9.2. Personne morale ou juridique
 - 2.9.3. Attributs des personnes physiques
- 2.10. Interprétation juridique
 - 2.10.1. Notion de technique juridique
 - 2.10.2. Méthodes d'interprétation
 - 2.10.3. Règles d'interprétation

Module 3. Droit de la Publicité

- 3.1. Notions de base sur le Droit de la Publicité
 - 3.1.1. Concept et émergence du Droit de la Publicité
 - 3.1.2. Sujets de la relation publicitaire
 - 3.1.3. Les droits de la personnalité
 - 3.1.4. Œuvre publicitaire, propriété intellectuelle et industrielle
 - 3.1.5. Autres formes de protection de l'œuvre publicitaire
- 3.2. Les Sources du Droit de la Publicité
 - 3.2.1. Système juridique et normes
 - 3.2.2. Sources du Droit de la Publicité
 - 3.2.3. Limites de l'efficacité des règles

- 3.3. Publicité illicite
 - 3.3.1. Publicité pour les mineurs
 - 3.3.2. Publicité subliminale
 - 3.3.3. Publicité contraire à des réglementations spécifiques
 - 3.3.4. Délit de publicité
- 3.4. La Publicité déloyale
 - 3.4.1. Publicité trompeuse
 - 3.4.2. Publicité déloyale
 - 3.4.3. Publicité clandestine
 - 3.4.4. Publicité agressive
 - 3.4.5. Publicité comparative
- 3.5. Les contrats publicitaires
 - 3.5.1. Régime juridique
 - 3.5.2. Naissance du contrat
 - 3.5.3. Inefficacité
 - 3.5.4. Non-conformité
 - 3.5.5. Dispositions communes spécifiques aux contrats de publicité
- 3.6. Le contrat de création publicitaire
 - 3.6.1. Concept
 - 3.6.2. Caractéristiques
 - 3.6.3. Contenu
 - 3.6.4. Non-conformité
 - 3.6.5. Extinction
- 3.7. Le contrat de diffusion publicitaire
 - 3.7.1. Concept
 - 3.7.2. Caractéristiques
 - 3.7.3. Contenu
 - 3.7.4. Non-conformité
 - 3.7.5. Extinction
- 3.8. Le contrat de sponsoring
 - 3.8.1. Concept
 - 3.8.2. Caractéristiques
 - 3.8.3. Contenu
 - 3.8.4. Non-conformité
 - 3.8.5. Extinction
- 3.9. Éthique publicitaire et autorégulation
 - 3.9.1. Éthique publicitaire: concept et objectif
 - 3.9.2. Valeur des codes de conduite
 - 3.9.3. Autocontrôle
- 3.10. L'importance de la Publicité et la nécessité de la réglementer
 - 3.10.1. L'alternative de l'autorégulation
 - 3.10.2. Bénéfices et avantages de l'autorégulation
 - 3.10.3. L'actualité de l'autorégulation



Une éducation complète qui vous permettra d'acquérir les connaissances nécessaires pour rivaliser avec les meilleurs"

05

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: **le Relearning**.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le **New England Journal of Medicine**.



“

Découvrez le Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent la mémorisation”

Étude de Cas pour mettre en contexte tout le contenu

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Vous bénéficierez d'un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif sur l'ensemble du cursus.



L'étudiant apprendra, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, à résoudre des situations complexes dans des environnements commerciaux réels.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Cette formation TECH est un programme d'enseignement intensif, créé de toutes pièces, qui propose les défis et les décisions les plus exigeants dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et professionnelle la plus actuelle.



Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière"

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

En 2019, nous avons obtenu les meilleurs résultats d'apprentissage de toutes les universités en ligne du monde.

À TECH, vous apprenez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre université est la seule université autorisée à utiliser cette méthode qui a fait ses preuves. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.



Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.



Ce programme offre le meilleur support pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



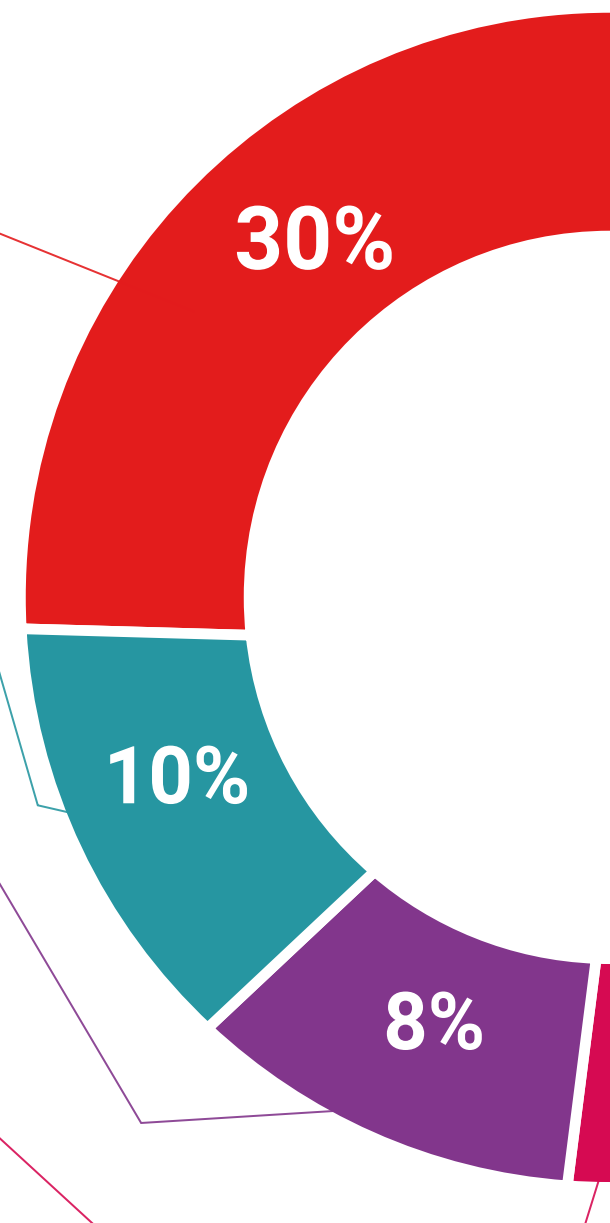
Pratiques en compétences et aptitudes

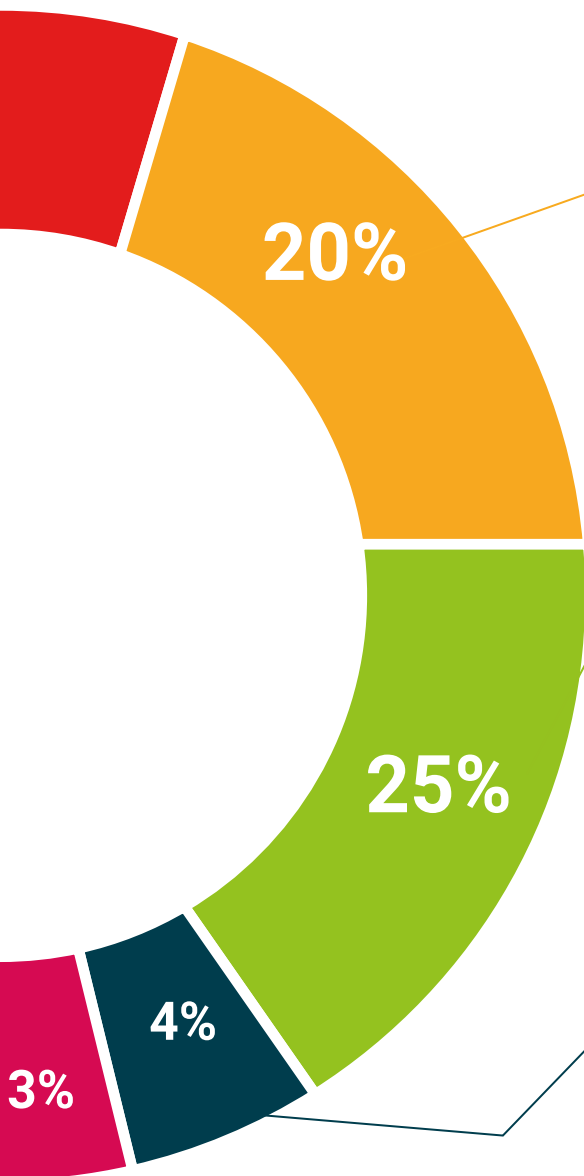
Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



06 Diplôme

Le Certificat Avancé en Droit de la Publicité vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Certificat Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

Terminez ce programme avec succès et recevez votre diplôme universitaire sans avoir à vous soucier des voyages ou de la paperasserie"

Ce **Certificat Avancé en Droit de la Publicité** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme de **Certificat Avancé** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Certificat Avancé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Certificat Avancé en Droit de la Publicité**

N.° d'Heures Officielles: **450 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.

future

santé confiance personnes

éducation information tuteurs

garantie accréditation enseignement

institutions technologie apprentissage

communauté engagement

service personnalisé innovation

connaissance présent qualité

en ligne formation

développement institutions

classe virtuelle langues

tech université
technologique

Certificat Avancé

Droit de la Publicité

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat Avancé

Droit de la Publicité

