

Stage pratique de 2 jour(s)
Réf : DCE

Participants

Toute personne impliquée dans la mise en oeuvre d'une campagne de communication interne ou externe.

Pré-requis

Aucune connaissance juridique particulière.

Prix 2019 : 1420€ HT

Dates des sessions

PARIS

04 avr. 2019, 01 oct. 2019

Modalités d'évaluation

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices à réaliser (50 à 70% du temps).

Compétences du formateur

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

Moyens pédagogiques et techniques

• Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.

• A l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.

• Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation

Droit de la communication d'entreprise pour non-spécialistes

Cette formation vous permettra d'acquérir les règles de droit essentielles pour communiquer en toute légalité. Vous saurez identifier les actions de communication litigieuses. Vous connaîtrez les précautions et les démarches à suivre pour protéger vos actions et vos outils de communication.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Se repérer dans le cadre légal général de la communication
Créer un support de communication en conformité avec le droit
Respecter les obligations en matière de protection des consommateurs et des concurrents
Maîtriser les spécificités du droit applicable à la communication digitale

1) Se repérer dans le cadre légal général de la communication

2) Identifier les publics protégés par le droit

3) Créer un support de communication sans exposer son entreprise aux sanctions

4) Les différents types de communication

5) Spécificités de la communication numérique

Etude de cas

Etude de cas concrets suivis d'échanges participatifs.

1) Se repérer dans le cadre légal général de la communication

- Le droit d'auteur, les droits voisins du droit d'auteur.
- La protection des signes distinctifs tels que la marque et le logo, la dénomination sociale, le nom commercial.

Etude de cas

Etude de la juridiction compétente, la responsabilité de l'entreprise et des personnes impliquées dans la communication.

2) Identifier les publics protégés par le droit

- La protection des consommateurs : obligation de l'emploi de la langue française, interdiction d'un message trompeur...
- La protection des concurrents : identifier les concurrents, la publicité comparative, le dénigrement, les sanctions.

Etude de cas

Publicité comparative : analyse des éléments constitutifs de l'infraction.

3) Créer un support de communication sans exposer son entreprise aux sanctions

- Recenser les supports protégés : le texte, la photo, l'image.
- L'utilisation des supports protégés, les droits des auteurs, l'obtention des accords.

Exercice

La protection de l'identité visuelle de l'entreprise des participants.

4) Les différents types de communication

- Protéger une publicité : les propriétaires de la publicité, la transmission des droits.
- La prospection commerciale : traitement des données à caractère personnel, prospection commerciale en B to C.
- La promotion des ventes : les jeux, la vente avec prime, les sanctions.

Exercice

Réalisation d'une prospection commerciale : les mentions à respecter, les données à caractère personnel.

5) Spécificités de la communication numérique

- La création d'un site Internet.
- Les réseaux sociaux.
- Les pratiques du web à éviter.

Exercice

Protéger ses noms de domaines : exemple de " cybersquatting " et de " typosquatting ". Mettre en place des outils de veille pour protéger son nom de domaine.

ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.