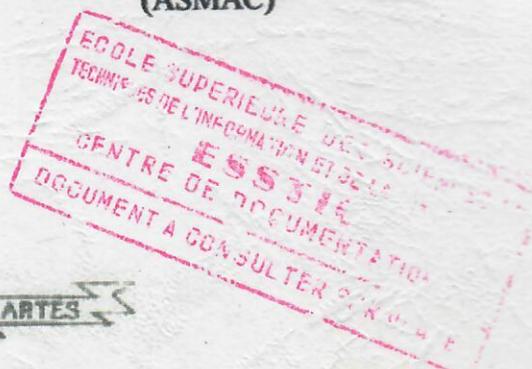


UNIVERSITE DE YAOUNDE II
Ecole Supérieure des Sciences et
Techniques de l'Information et de la
Communication
(ESSTIC)

THE UNIVERSITY OF YAOUNDE II
Advanced School
Of Mass Communication
(ASMAC)



Enfant et publicité télévisée alimentaire Contexte d'émergence et analyse du spot de Milo-NESTLE

MEMOIRE

Présenté et soutenu publique en vue de l'obtention du Diplôme
des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication
(D.S.T.I.C)

Filiere
PUBLICITE

Par :
Isabelle OMBOLO

Sous la direction de :

Dr. Jean NUNGA
Chargé de cours

Yaoundé, novembre 2005

001.4
OMB