

Componente Curricular: Exclusivo de curso (X)		Eixo Comum ()	Eixo Universal ()
Curso: PUBLICIDADE E PROPAGANDA - MKT E CRIAÇÃO		Núcleo Temático: PRÁTICAS COMUNICACIONAIS	
Nome do Componente Curricular: REGULAÇÃO E LEGISLAÇÃO DO MERCADO PUBLICITÁRIO		Código do Componente Curricular:	
Carga horária: 2 horas aula 32h/ 38ha	(X) Sala de aula () Laboratório () EaD	Etapa: 2	
<p>Ementa:</p> <p>Estudo sobre o sistema de regulação do mercado publicitário e seus princípios legais que regem e regulamentam o mercado publicitário e suas áreas e atuação; legislação vigente no país para atividades de comunicação e suas vertentes nas diversas esferas jurídicas , observando as predisposições e obrigações legais nos macro e micro ambientes de atuação.</p>			
<p>Conteúdo Programático</p> <p>Sistema Misto de Regulação da Atividade Publicitária: Normas Éticas e Normas Jurídicas que regulamentam a publicidade;</p> <p>O CONAR – Conselho Nacional da Autorregulamentação Publicitária e a Autorregulamentação;</p> <p>Normas Jurídicas que regulam a Publicidade: Constituição e a publicidade de drogas lícitas. A Dignidade da Pessoa Humana;</p> <p>O Direito da Comunicação na Constituição: os direitos fundamentais relativos ao pensamento;</p> <p>Os Princípios Constitucionais da Ordem Econômica e Financeira e a atividade Publicitária (macro ambiente constitucional);</p> <p>A Defesa do Consumidor e a Publicidade Lícita: proibição da publicidade enganosa e abusiva;</p> <p>A Proteção Constitucional da Propriedade Intelectual: direitos de autor e direitos de indústria. Os desafios da era da internet;</p> <p>Discussões sobre o Princípio da Igualdade;</p>			

Discussões sobre a Sustentabilidade Ambiental;

A Proteção Integral da Criança e do Adolescente e Atividade Publicitária;

Sem	Tópico do conteúdo	Referências Bibliográficas
1	Apresentações iniciais: Plano de Ensino, Avaliações e Bibliografia;	CÓDIGO BRASILEIRO DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA, disponível em http://www.conar.org.br
2	Sistema Misto de Regulação da Atividade Publicitária: Normas Éticas e Normas Jurídicas que regulamentam a publicidade;	CÓDIGO BRASILEIRO DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA, disponível em http://www.conar.org.br
3	Normas Jurídicas que regulam a Publicidade: Constituição e a publicidade de drogas lícitas. A Dignidade da Pessoa Humana;	Constituição Federal PASQUALOTTO, Adalberto. "Publicidade de Tabaco: frente e verso da liberdade de expressão comercial.". São Paulo: Atlas, 2015. (livro eletrônico)
4	O Direito da Comunicação na Constituição: os direitos fundamentais relativos ao pensamento;	ARAUJO, Luiz Alberto David e NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. Curso de Direito Constitucional. São Paulo. Ed. Saraiva.
5	O Direito da Comunicação na Constituição: os direitos fundamentais relativos ao pensamento;	ARAUJO, Luiz Alberto David e NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. Curso de Direito Constitucional. São Paulo. Ed. Saraiva.
6	Discussões sobre o Princípio da Igualdade;	ARAUJO, Luiz Alberto David e NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. Curso de Direito Constitucional. São Paulo. Ed. Saraiva.

7	Os Princípios Constitucionais da Ordem Econômica e Financeira e a atividade Publicitária (macro ambiente constitucional);	<p>ARAUJO, Luiz Alberto David e NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. Curso de Direito Constitucional. São Paulo. Ed. Saraiva.</p> <p>NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. "Publicidade Comercial: proteção e limites na Constituição de 1988." São Paulo: Editora Juarez de Oliveira.</p>
8	A Defesa do Consumidor e a Publicidade Lícita: proibição da publicidade enganosa e abusiva;	RIZZATTO NUNES, Luiz Antônio. "Curso de Direito do Consumidor". São Paulo: Saraiva.
9	A Defesa do Consumidor e a Publicidade Lícita: proibição da publicidade enganosa e abusiva;	RIZZATTO NUNES, Luiz Antônio. "Curso de Direito do Consumidor". São Paulo: Saraiva.
10	A Proteção Constitucional da Propriedade Intelectual: direitos de autor e direitos de indústria. Os desafios da era da internet;	SANTOS, Manuella. Direito Autoral na Era Digital. São Paulo: Saraiva. (livro eletrônico)
11	A Proteção Constitucional da Propriedade Intelectual: direitos de autor e direitos de indústria. Os desafios da era da internet;	SANTOS, Manuella. Direito Autoral na Era Digital. São Paulo: Saraiva. (livro eletrônico)
12	Discussões sobre a Sustentabilidade Ambiental	<p>ARAUJO, Luiz Alberto David e NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. Curso de Direito Constitucional. São Paulo. Ed. Saraiva.</p> <p>NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. "Publicidade Comercial: proteção e limites na Constituição de 1988." São Paulo: Editora Juarez de Oliveira.</p>
13	A Proteção Integral da Criança e do Adolescente e Atividade Publicitária	HENRIQUES, Isabella. "Publicidade de Alimentos e Crianças: regulação no Brasil e no Mundo." São Paulo, Editora Saraiva, 2013. (livro eletrônico)
14	O CONAR – Conselho Nacional da Autorregulamentação Publicitária e a Autorregulamentação;	CÓDIGO BRASILEIRO DE AUTORREGULAMENTAÇÃO

		PUBLICITÁRIA, disponível em http://www.conar.org.br
16	Estudos de casos – atividade realizada pelos alunos valendo nota de participação	CÓDIGO BRASILEIRO DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA, disponível em http://www.conar.org.br
17	Avaliações – P1 – Calendário Acadêmico	
18	Avaliações – P2 – Calendário Acadêmico	
19	Avaliações – Substitutiva – Calendário Acadêmico	
20	Avaliações – Final – Calendário Acadêmico	
21		

Bibliografia Básica:

ARAUJO, Luiz Alberto David e NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. Curso de Direito Constitucional. São Paulo. Ed. Saraiva.

CÓDIGO BRASILEIRO DE AUTORREGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA, disponível em <http://www.conar.org.br>

PASQUALOTTO, Adalberto. "Publicidade de Tabaco: frente e verso da liberdade de expressão comercial.". São Paulo: Atlas, 2015. (livro eletrônico)

RIZZATTO NUNES, Luiz Antônio. "Curso de Direito do Consumidor". São Paulo: Saraiva.

Bibliografia Complementar:

DALLARI, Dalmo de Abreu. "Elementos de Teoria Geral do Estado." 31. ed. São Paulo: Saraiva, 2012. 306 p. ISBN 9788502149588.

DIAS, Reinaldo. Marketing ambiental: ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios. São Paulo: Atlas, 2007. (biblioteca eletrônica)

GRINOVER, Ada Pellegrini (... [et al.]). Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto. 9. ed., rev., ampl. e atual. conforme o novo Código. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007. (342.59 C669 9.ed./2007 e na biblioteca online)

HENRIQUES, Isabella. "Publicidade de Alimentos e Crianças: regulação no Brasil e no Mundo." São Paulo, Editora Saraiva, 2013. (livro eletrônico)

NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. "Publicidade Comercial: proteção e limites na Constituição de 1988." São Paulo: Editora Juarez de Oliveira.

SANTOS, Manuella. Direito Autoral na Era Digital. São Paulo: Saraiva. (livro eletrônico)
SILVA FILHO, Cândido Ferreira da; BENEDICTO, Gideon Carvalho de; CALIL, José Francisco
(Org.). Ética, responsabilidade social e governança corporativa. 2. ed. rev. Campinas: Alínea,
2010. (658.408 E84r 2.ed./2010)