



Pós em Fashion Law

Estrutura Curricular – componente curricular/carga horária

ASPECTOS CONCEITUAIS E NORMATIVOS	
MARCO CONCEITUAL DO FASHION LAW E AUTONOMIA CIENTÍFICA	32 h/a
MODELOS DE NEGÓCIO, MERCADO E O SISTEMA DA MODA	32 h/a
PROPRIEDADE INTELECTUAL E MODA	32 h/a
DESENVOLVIMENTO DAS MARCAS, IMAGEM E DIREITOS DA PERSONALIDADE	32 h/a
Carga horária total do módulo	128 horas-aulas
PROTEÇÃO CONTRATUAL E RESPONSABILIDADE CIVIL: PREVENÇÃO, REPARAÇÃO E REGULAÇÃO	
CONTRATOS RELEVANTES PARA A INDÚSTRIA DA MODA	32 h/a
RESPONSABILIDADE CIVIL E A REPARAÇÃO DE DANOS NO ESTUDO DE CASOS	32 h/a
TENDÊNCIA, CÓPIA E FALSIFICAÇÃO NA INDÚSTRIA DA MODA	32 h/a
PREVENÇÃO DE CONFLITOS, ARBITRAGEM E REGULAÇÃO NA MODA	32 h/a
Carga horária total do módulo	128 horas-aulas
SUSTENTABILIDADE, INOVAÇÃO E OS NOVOS DESAFIOS DA ERA DIGITAL	
MODA, CONSUMO E SUSTENTABILIDADE	32 h/a
INOVAÇÃO TECNOLÓGICA, NOVOS MATERIAIS E A INDÚSTRIA TÊXTIL	32 h/a
EMPREENDEDORISMO, DIREITO E A INDÚSTRIA DA MODA	32 h/a
OS DESAFIOS DO FASHION LAW NA ERA DIGITAL	32 h/a
Carga horária total do módulo	128 horas-aulas
Aplicação Do Conhecimento (Trabalho de Conclusão de Curso)	48
Carga horária total do módulo	48 horas
Total da carga horária do curso	432h/a



IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR

1. **Nome do Componente Curricular:** Marco Conceitual do Fashion Law e Autonomia Científica
2. **Carga Horária:** 32 h/a
3. **Ementa:** Análise do conceito de fashion law e da relação direito e moda. O direito como instrumento das relações na cadeia da moda. Autonomia científica do fashion law. Relação com outros ramos do direito.
4. **Objetivo:** Situar o corpo discente no novo ramo do direito e mostrar sua relevância para as relações decorrentes da indústria da moda, que movimentada anualmente na economia mais de R\$ 144 bilhões (Abit). Analisar a relação com outros ramos do direito e proporcionar uma visão ampla do surgimento de um novo mercado de trabalho, caracterizado por peculiaridades do setor da moda.
5. **Conteúdo Programático:** Conceito de Fashion law, surgimento e evolução no século XXI. Importância do Fashion law para o mercado da moda. Discussão da autonomia científica do Fashion law. A relação do Fashion law com outros ramos do direito e sua aplicação prática. O Fashion law no Brasil, nos Estados Unidos, na Europa e na Ásia. Convergências e divergências. Dados estatísticos da indústria da moda. Peculiaridades e especificidades da cadeia da moda: do processo criativo ao pós-consumo.
6. **Bibliografia:**
 - a) **Básica:**

ARAGÃO, Alexandre Santos de. A autonomia universitária no estado contemporâneo e no direito positivo brasileiro. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2001

ENGLISH, Bonnie. A cultural history of fashion in the twentieth century: from the catwalk to the sidewalk. Oxford: Berg, 2007.

O'HARA, Georgina. Enciclopédia da moda: de 1840 à década de 80. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.
 - b) **Complementar:**



JIMENEZ, Guillermo C.; KOLSUN, Barbara. Fashion law. A guide for designers, fashion executives, & attorneys. Second edition. New York: Fairchild books, 2014.

KNOLL, Susy Inés Bello; ECHEVERRÍA, Pamela. (coord.). Derecho y moda. Madrid, Barcelona, Buenos Aires, São Paulo: Marcial Pons, 2015.

MARIOT, Gilberto. Fashion Law. A moda nos tribunais. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

POZZO, Barbara; JACOMETI, Valentina. Fashion law. Le problematiche giuridiche della filiera della moda. Milano: Giuffrè Editore, 2016.

SCAFIDI, Susan. Fiat Fashion Law! The Launch of a Label – and a New Branch of Law. In: Navigating Fashion Law: Leading Lawyers on Exploring the Trends, Cases, and Strategies of Fashion Law (Inside the Minds). Aspatore, 2012.

SEGNALINI, Silvia. Le leggi della moda. Guida al diritto per il mondo della moda.

Milano: Skira editore, 2012.

SOARES, Renata Domingues Balbino Munhoz. Fashion law: posição favorável. In: Carta Forense, março de 2017. Disponível em: <http://www.cartaforense.com.br>.

IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR

1. **Nome do Componente Curricular:** Modelos de Negócio, Mercado e o Sistema da Moda
2. **Carga Horária:** 32 h/a
3. **Ementa:** Análise dos modelos de negócios que caracterizam o mercado da moda. Considerações sobre a importância dos segmentos da indústria da moda, especialmente o segmento de luxo. Comunicação, comportamento e consumo. Estudo de casos e tour de varejo (retail experience tour).
4. **Objetivo:** Introduzir os alunos aos principais modelos de negócios da moda e seus segmentos. Entender as estratégias de negócios e o posicionamento das marcas no mercado. Analisar as características de cada segmento, com enfoque no segmento de luxo. Estudar as estratégias de comunicação da indústria da moda, o comportamento dos seus atores e o ato de consumo, mediante, inclusive, o estudo de casos e tour de varejo.
5. **Conteúdo Programático:** Modelos de negócios da indústria da moda. Pirâmide fashion e os segmentos da moda. Moda e mercado. Grupos econômicos. Moda e sociedade. Fast fashion e slow fashion. O mercado de luxo. Estratégias de mercado. Comunicação ao consumidor. Um novo contexto



competitivo. O comportamento do consumidor e o comportamento do consumidor no mercado emergente.

6. Bibliografia:

a) Básica:

BOTELHO, Reinaldo; QUEIROZ, João Rodolfo. Coleção moda brasileira. São Paulo: Cosac & Naify, 2008. 10 v.

QUEIROZ, Adolpho. (org.). Com que roupa em vou? Marketing segmentado para mulheres. Piracicaba: Nova Consciência, 2015.

RENFREW, Elinor; RENFREW, Colin. Desenvolvendo uma coleção. Porto Alegre: Bookman, 2010.

b) Complementar:

BAGNOLI, Vicente. Direito econômico. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

BERLIM, Lilyan. Moda e sustentabilidade. Uma reflexão necessária. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

GOLIZIA, Dario. Fashion Business Model. Strategie e modelli delle aziende di moda. Milano: MANUALI FrancoAngeli, 2016.

IRONICO, Simona. Fashion Management. Mercati, Consumatori, Tendenze e Strategie di Marca nel Settore Moda. Milano: FrancoAngeli, 2104.

KNOLL, Susy Inés Bello; Echeverría, Pamela; ESPÍRITO SANTO, André Mendes (coords.). Moda, Luxo e Direito. Buenos Aires: eDial.com, 2016.

MISANI, Nicola; CAPELLO, Paola Varacca. Fashion Collections. Product Development and Merchandising. Milano: Egea, 2017.

RINALDI, Francesca Romana; TESTA, Salvo. The Responsible Fashion Company. Integrating ethics and aesthetics in the value chain. Sheffield: Greenleaf Publishing Limited, 2015.

ROSINA, Mônica Steffen Guise; CURY, Maria Fernanda. Fashion Law. Direito e Moda no Brasil. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2017.

SVENDSEN, Lars Fr. H. Filosofia della moda. Milano: Ugo Guanda Editore, 2017.



IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR

1. **Nome do Componente Curricular:** Propriedade Intelectual e Moda
2. **Carga Horária:** 32 h/a
3. **Ementa:** Estudo de todas as espécies de Propriedade Intelectual. Análise do direito autoral e da propriedade industrial, e sua aplicação na indústria da moda, com a finalidade de proteção.
4. **Objetivo:** Analisar o direito de propriedade intelectual em todos os seus aspectos, seja o direito de autor ou o direito de propriedade industrial (patentes, modelos de utilidade, marcas, desenho industrial, indicação geográfica, trade dress e concorrência desleal), em sua relação com a indústria da moda. Entender e aplicar a casos práticos (field Project) as diversas espécies de direito de propriedade intelectual que podem ser utilizados como instrumento de proteção da cadeia da moda.
5. **Conteúdo Programático:** A moda e a propriedade intelectual. Regimes de proteção. Estados Unidos. Direito Europeu. Brasil. Conceito de direito de autor e as possibilidades de proteção na indústria da moda. Conceito de Invenção e Modelo de Utilidade. O objeto da proteger e suas características. Requisitos. Patentes e fashion law. Desenho industrial. Desenho têxtil e sua proteção. Marcas. Registro de desenho industrial e marcas. Conceito e requisitos. Trade dress. Concorrência desleal. Indicação geográfica no Brasil e no mundo. Exemplos paradigmáticos. Estudo de casos e field Project.

6. **Bibliografia:**

a) **Básica:**

BARBOSA, Dênis Borges; MAIOR, Rodrigo Souto; RAMOS, Carolina Tinoco. O contributo mínimo na propriedade intelectual: atividade inventiva, originalidade, distinguibilidade e margem mínima. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010.

MENEZES, Elisângela Dias. Curso de direito autoral. Belo Horizonte: Del Rey, 2007.

SOARES, José Carlos Tinoco. Concorrência desleal: trade dress e/ou conjunto imagem (visual do objeto, do produto, de sua exteriorização e do estabelecimento).

São Paulo: Editora do Autor, 2004.

b) **Complementar:**

BARROS, Marcelle Franco Espíndola. Propriedade Industrial. 2ª ed. Rev. Ampl. e Atual. Salvador: Jus Podium, 2013.

BITTAR, Carlos Alberto. Direito de Autor. 3ª ed. Rev., Ampl. e Atual., conforme Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, por Eduardo Carlos Bianca Bittar. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.



JIMENEZ, Guillermo C.; KOLSUN, Barbara. Fashion law. A guide for designers, fashion executives, & attorneys. Second edition. New York: Fairchild books, 2014.

KNOLL, Susy Inés Bello; ECHEVERRÍA, Pamela. (coord.). Derecho y moda. Madrid, Barcelona, Buenos Aires, São Paulo: Marcial Pons, 2015.

LOBO, Thomaz Thedim. Introdução à Nova Lei de Propriedade Industrial. São Paulo: Atlas, 1997.

LOCATELLI, Liliana. Indicações Geográficas: Proteção Jurídica Sob a Perspectiva do Desenvolvimento Econômico. Curitiba: Juruá, 2007.

PARANAGUA, Pedro e REIS, Renata. Patentes e criações industriais. Rio de Janeiro: FGV, 2009.

SILVEIRA, Nexton. A Propriedade Intelectual e as Novas Leis Autorais. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 1998.

IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR

1. **Nome do Componente Curricular:** Desenvolvimento das marcas, imagem e direitos da personalidade

2. **Carga Horária:** 32 h/a

3. **Ementa:** Análise do processo de desenvolvimento das marcas e de sua identidade. Direito à imagem e sua importância para as relações entre direito e moda. Estudo dos direitos da personalidade e sua aplicação.

4. **Objetivo:** Inserir o aluno no contexto das marcas e do seu processo de desenvolvimento. Analisar os direitos da personalidade na área do fashion law, especialmente o direito ao nome e à imagem. Aplicar os conceitos propostos na análise de casos reais.

5. **Conteúdo Programático:** Desenvolvimento das marcas e de sua identidade. Estratégias de comunicação. A importância da mídia. Direitos da personalidade. Conceito, características e espécies. Direito à imagem. Proteção ao nome. Estudo de casos reais.

6. **Bibliografia:**

a) **Básica:**

BITTAR, Carlos Alberto. Tutela dos Direitos da Personalidade e dos Direitos Autorais nas Atividades Empresariais. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993.

Direito de Autor. 3ª ed. rev., ampl. e atual., conforme Lei 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, por Eduardo Carlos Bianco Bittar. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.



CUPIS, Adriano de. Os direitos da personalidade. Tradução para o português de Adriano Vera Jardim e Antônio Miguel Caeiro. Lisboa: Livraria Moraes Editora, 1961.

b) Complementar:

MIRANDA Jorge; RODRIGUES JUNIOR, Otávio Luiz; FRUET, Gustavo Bonato. Direitos da Personalidade. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2012.

SCHREIBER, Anderson. Direitos da Personalidade. 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 2014.

STUCHI, Karen Simoes Ferreira. A relação econômica da comunicação e seus efeitos no estado democrático de direito. 2013. 141 f. Dissertação (Mestrado em Direito Político e Econômico) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2013.

FARIAS, Cristiano Chaves de; ROSENVALD, Nelson. Curso de Direito Civil. Parte Geral e LINDB. Vol. 1. 12ª ed. rev. e ampl. Salvador: Jus Podium, 2014.

IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR

1. **Nome do Componente Curricular:** Contratos relevantes para a indústria da moda
2. **Carga Horária:** 32 h/a
3. **Ementa:** Estudo da nova ideologia contratual e dos contratos em espécie e sua respectiva importância para as relações da indústria da moda, como contrato de licença de uso de marca, transferência de tecnologia, franquia e outros.
4. **Objetivo:** Introduzir o corpo discente no estudo do direito contratual relevante à cadeia da moda, expondo os novos paradigmas acolhidos pela doutrina e jurisprudência. Analisar as principais cláusulas contratuais pertinentes aos contratos da indústria da moda. Estudar as principais espécies contratuais.
5. **Conteúdo Programático:** Conceito de contrato. Nova ideologia contratual. Princípios contratuais. Cláusulas contratuais especiais. Novas formas de extinção. Contratos em espécie e a indústria da moda. Contrato de licença de uso de marca, transferência de tecnologia, franquia, contratos imobiliários, distribuição, agência, parceria, patrocínio, merchandising, co-branding, influencer marketing e outros. Laboratório de contratos.

6. Bibliografia:

a) Básica:



MELO, Diogo L. Machado de. Cláusulas contratuais gerais: contratos de adesão, cláusulas abusivas e o Código Civil de 2002. São Paulo: Saraiva, 2008. (Coleção Prof. Agostinho Alvim).

SOARES, Renata Domingues Balbino Munhoz. A boa-fé objetiva e o inadimplemento do contrato. Doutrina e jurisprudência. São Paulo: LTr, 2008.

(coord.). Direito e casos reais, cinema, literatura e música. Uma nova forma de ver o direito civil. São Paulo: LTr, 2014.

b) Complementar:

KNOLL, Susy Inés Bello; ECHEVERRÍA, Pamela (coord.). Derecho y Moda. Buenos Aires: Marcial Pons, 2015.

KOTLER, Philip; PFOERTSCH, Waldemar. Ingredient Branding. Making the Invisible visible. New York: Springer, 2010.

FARIAS, Cristiano Chaves de; ROSENVALD, Nelson. Direito dos Contratos. Rio de Janeiro: Lumen juris, 2011.

FRANCO, Vera Helena de Mello. Contratos. Direito Civil e Empresarial. 4ª Ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR

- 1. Nome do Componente Curricular:** Responsabilidade Civil e a Reparação de Danos no Estudo de Casos
- 2. Carga Horária:** 32 h/a
- 3. Ementa:** Reflexão sobre Responsabilidade Civil e sua importância para as relações da cadeia da moda. Estudo de suas funções. Configuração de dano material, moral e estético. Exame de questões contemporâneas e estudo casos.
- 4. Objetivo:** Analisar a importância da responsabilidade civil e suas funções para as relações jurídicas da indústria da moda. Introduzir ao corpo discente as novas questões de responsabilidade civil e reparação de danos, especialmente com o estudo de casos de fashion law.
- 5. Conteúdo Programático:** Novas formas de inadimplemento e responsabilidade civil. Adimplemento substancial. Inadimplemento antecipado. Adimplemento ruim. Funções da responsabilidade civil. Preventiva, reparatória, punitiva. Elementos da responsabilidade civil. Responsabilidade civil subjetiva. Responsabilidade civil objetiva. Dano material. Dano moral. Dano estético. Responsabilidade civil por perda de uma chance. Estudo de casos nacionais e internacionais.



6. Bibliografia:

a) Básica:

CAVALIERI Filho, Sergio. Programa de Responsabilidade Civil. 12ª edição. São Paulo: Atlas, 2015.

ROSENVALD, Nelson. Novo tratado de responsabilidade civil. São Paulo: Saraiva, 2016 (livro online).

GONÇALVES, Carlos Roberto. Direito Civil. Responsabilidade Civil. vol. 4. 12ª ed. São Paulo: Saraiva, 2017. Atlas, 2013.

b) Complementar:

FARIAS, Cristiano Chaves de; ROSENVALD, Nelson; BRAGA NETTO, Felipe Peixoto. Curso de Direito Civil. Responsabilidade civil. Vol 3. 4ª ed. Salvador: Juspodium, 2017.

GUILHERME, Luiz Fernando do Vale de Almeida. Responsabilidade Civil. São Paulo: Fiuza, 2013.

NADER, Paulo. Curso de Direito Civil. Responsabilidade Civil. Vol. 7. 6ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016.

PIRES, Álvaro Marconi Ferreira; PENA, Roberto Patrus Mundim. Análise do serviço de atendimento ao frequentador de uma organização varejista à luz de um marco referencial de ética nos negócios. RAM: Revista de Administração Mackenzie, São Paulo, v. 6, n. 2, p. 13-36, maio/ago. 2005.

RIZZARDO, Arnaldo. Responsabilidade Civil. 7ª edição. Rio de Janeiro: Forense. 2015.

SAVI, Sérgio. Responsabilidade civil por perda de uma chance. 3ª ed. São Paulo: Grupo Gen, 2012.

TARTUCE, Flávio; BELLO, Rodrigo. Direito Civil. Direito das Obrigações e Responsabilidade Civil. Vol. 2. 12ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 2017.

7. Professor (Responsável pedagógico): Profa. Dra. Renata Domingues Balbino Munhoz Soares (FDIR - PPI)

IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR

1. **Nome do Componente Curricular:** Tendência, Cópia e Falsificação na indústria da moda
2. **Carga Horária:** 32 h/a
3. **Ementa:** Estudo da proteção penal do universo da moda. Distinção entre tendência, cópia, inspiração e falsificação. Crimes e a indústria da moda. Legislação penal.
4. **Objetivo:** Analisar a importância e a aplicação do direito penal na indústria da moda. Introduzir



o corpo discente às condutas tipificadas em lei como crimes relacionados à cadeia da moda, seja a contrafação, condutas lesivas ao meio ambiente, escravidão e as relações de trabalho ou de consumo, bem como as novas problemáticas decorrentes da lavagem de dinheiro.

5. Conteúdo Programático: Cópia, Tendência, Inspiração e falsificação. Ações anti-falsificação. Exemplos de cópia e o fenômeno da falsificação na indústria da moda. Casos de violação. Fake fashion e a sociologia do consumo. Direito criminal e fashion law. Crimes e o universo da moda. Código Penal, Lei de Propriedade Industrial e Lei de Direitos Autorais. Pirataria. Crimes ambientais, de consumo, nas relações de trabalho, econômicos, lavagem de dinheiro e outros. Sistemas de rastreamento e controle de falsificação (o exemplo italiano).

6. Bibliografia:

a) Básica:

BITENCOURT, Cezar Roberto. Tratado de Direito Penal: Parte Especial. v.5. 7ª ed. Saraiva. São Paulo. 2013.

NUCCI, Guilherme de Souza. Manual de Direito Penal. 12ª ed. São Paulo. Saraiva. 2016.

JALIL, Mauricio Schaun. Criminalidade econômica e as novas perspectivas de repressão penal. São Paulo: Quartier Latin do Brasil, 2009.

b) Complementar:

BRITO, Alexis Augusto Couto de; VANZOLINI, Maria Patrícia (Coord.). Direito penal: aspectos jurídicos controvertidos. São Paulo: Quartier Latin, 2006.

COSTA JÚNIOR, Paulo José da; COSTA, Fernando José da. Crimes contra o consumidor. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

DOMINGUES, Juliana Oliveira; SAAD-DINIZ, Eduardo. Fashion Law: a nova moda entre o penal e o econômico. Boletim IBCCRIM. n. 287, v. 24, 2016. p. 03-04.

GOYANES, Marcelo. Tópicos em propriedade intelectual: marcas, direitos autorais, designs e pirataria. Rio de Janeiro: Renovar, 2007.

GRECO, Rogério. Curso de Direito Penal. Parte Especial. V.4. 9ª ed. Niterói: Impetus, 2013.

JIMENEZ, Guillermo C.; KOLSUN, Barbara. Fashion law. A guide for designers, fashion executives and attorneys. Second edition. New York, Bloomsbury, 2014.

MIRABETE, Julio Fabbrini. Manual de Direito Penal: Parte Especial. v.3. 27ª ed. São Paulo: Atlas, 2013.

POZZO, Barbara; JACOMETTI, Valentina. Fashion law. Le problematiche giuridiche della filiera della moda. Milano: Giuffrè, 2016.

PRADO, Luiz Régis. Comentários ao Código Penal. São Paulo. Revista dos Tribunais, 2013.

SILVA, Alberto Luís Camelier da. Concorrência desleal: atos de confusão. São Paulo:



Saraiva, 2013 (livro online).

VANZOLINI, Patrícia; JUNQUEIRA, Gustavo. Manual de Direito Penal. 3ª ed. São Paulo. Saraiva, 2016.

IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR

1. **Nome do Componente Curricular:** Prevenção de Conflitos, Arbitragem e Regulação na moda
2. **Carga Horária:** 32 h/a
3. **Ementa:** Estudo das formas de prevenção e resolução de conflitos na indústria da moda, bem como dos mecanismos de regulação, de fiscalização e compliance.
4. **Objetivo:** Analisar a importância de se estabelecer mecanismos de prevenção e solução de conflitos decorrentes das relações da cadeia de produção e consumo da indústria da moda. Introduzir o corpo discente às novas formas de resolução de conflitos e a necessidade de criação de normas regulatórias e fiscalizatórias para o setor.
5. **Conteúdo Programático:** Prevenção e resolução de conflitos e o direito da moda. Arbitragem. Aspectos gerais. Características da arbitragem favoráveis ao direito da moda. Convenção de Arbitragem. Árbitros e experts no mercado da moda. Procedimento arbitral. Sentença arbitral. Estudo de casos. Moda e regulação. A indústria da moda e os mecanismos regulatórios, de fiscalização e compliance. Segurança e funcionalidades da moda.

6. **Bibliografia:**

a) Básica:

CARMONA, Carlos Alberto. Arbitragem e processo: um comentário à Lei n 9.307/96.

3. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Atlas, 2009.

GUILHERME, Luiz Fernando do Vale de Almeida. Arbitragem. São Paulo: Quartier Latin, 2003.

SCAVONE JUNIOR, Luiz Antonio. Manual de arbitragem. 3. ed. rev. e atual. São Paulo:

Revista dos Tribunais, 2010.

b) Complementar:

ANDRADE, Jorge Pereira. Contratos de franquia e leasing: lei nº 8.955 de 15-12-94 resolução nº 2.309, de 28-8-96, lei nº 9.307, de 23-9-96 (arbitragem). 3 ed. rev. e atual. São Paulo, SP: Atlas, 1998.

BAGNOLI, Vicente. Direito econômico. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

Comentários à nova Lei de Defesa da Concorrência. Rio de Janeiro: Método, 2012 (livro online).

BASSO, Maristela; AMARAL JÚNIOR, Alberto do; CELLI JÚNIOR, Umberto (Coord.). Arbitragem e Comércio Internacional: Estudos em Homenagem a Luiz Olavo Baptista. São Paulo: Quartier Latin, 2013.



CAMARGO, Ricardo Antônio Lucas. Agências de regulação no ordenamento jurídico- econômico brasileiro. Porto Alegre: S. A. Fabris, 2000.

CRETELLA NETO, José. Contratos internacionais: cláusulas típicas. Campinas, SP: Millennium editora, 2011.

Curso de arbitragem: arbitragem comercial, arbitragem internacional, lei brasileira de arbitragem, direito privado brasileiro aplicável à arbitragem, instituições internacionais de arbitragem, convenções internacionais sobre arbitragem. 2. ed. São Paulo: Millennium, 2009.

MAZZANETTO, Nathalia. Arbitragem e propriedade intelectual. São Paulo Saraiva 2017 (livro online).

WALD, Arnoldo; LEMES, Selma Ferreira; BRAGHETTA, Adriana (Coord.). Arbitragem comercial internacional: a Convenção de Nova Iorque e o direito brasileiro. São Paulo: Saraiva, 2011.

IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR

1. **Nome do Componente Curricular:** Moda, Consumo e Sustentabilidade
2. **Carga Horária:** 32 h/a
3. **Ementa:** Estudo da cadeia produtiva da moda sob o aspecto da sustentabilidade ambiental, social e política. Inserção do tema na agenda 2020/2030 da ONU. Análise das novas formas de consumo e moda.
4. **Objetivo:** Analisar o impacto ambiental, social e político da indústria da moda, desde a produção até o pós-consumo. Inserir o corpo discente no estudo dos novos objetivos da agenda da ONU e sua relação com a moda e as novas formas de consumo consciente.
5. **Conteúdo Programático:** A indústria da moda e seu impacto ambiental e social. Princípios constitucionais. Função social do contrato. Responsabilidade social. Sustentabilidade ambiental. Políticas públicas. Objetivos de desenvolvimento sustentável. Agenda 2020/2030 da ONU (Organização das Nações Unidas). Responsabilidade compartilhada. A indústria da moda e as etapas de produção, consumo e pós-consumo. Novas formas de consumo e o movimento do slow fashion. Moda autoral, artesanal, sustentável, tecnológica (wearable) e exclusiva.
6. **Bibliografia:**
 - a) **Básica:**

COSTA, Daniela Viegas da; TEODÓSIO, Armindo dos Santos de Sousa (coords.) Desenvolvimento sustentável, consumo e cidadania: um estudo sobre a (des)articulação da comunicação de organizações da sociedade civil, estado e empresas. RAM: Revista de Administração Mackenzie, São Paulo , v.12, n.3, p. [114] - 145, maio./jun. 2011.



MESSA, Ana Flávia; THEOPHILO JÚNIOR, Roque (coords.). Sustentabilidade ambiental e os novos desafios na era digital: estudos em homenagem a Benedito Guimarães Aguiar Neto. São Paulo: Saraiva, 2011.

TAMBORRINI, Paolo. Design sostenibile: oggetti, sistemi e comportamenti. Milano: Electa, 2009.

b) Complementar:

BERLIM, Lilyan. Moda e sustentabilidade. Uma reflexão necessária. 2ª reimpressão. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

IACOBELLI, Giuseppe (coord.) Fashion Branding 3.0. La multicanalità come approccio strategico per il marketing della moda. Milano: Franco Angeli, 2010.

POZZO, Barbara; JACOMETTI, Valentina. Fashion law. Le problematiche giuridiche della filiera della moda. Milano: Giuffré Editore, 2016.

RINALDI, Francesca Romana; TESTA, Salvo. The responsible fashion company. Integrating ethics and aesthetics in the value chain. United Kingdom: Greenleaf Publishing, 2015.

SARLET, Ingo Wolfgang; FENSTERSEIFER, Tiago. Direito Constitucional Ambiental: constituição, direitos fundamentais e proteção do ambiente. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2017.

SILVA, Solange Teles da. Direito ambiental. Belo Horizonte: Del Rey, 2009.

IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR

- 1. Nome do Componente Curricular:** Inovação tecnológica, novos materiais e a indústria têxtil
- 2. Carga Horária:** 32 h/a
- 3. Ementa:** Estudo do direito à inovação aplicado à moda. O surgimento de novos materiais e sua aplicação à indústria têxtil. O impacto dos nanomateriais e do grafeno na indústria da moda.
- 4. Objetivo:** Introduzir o corpo discente ao estudo do direito à inovação e dos principais aspectos relacionados à indústria da moda. Caracterizar a organização da cadeia têxtil- confecção para atender as demandas de inovações da indústria da moda no processo de criação da moda no Brasil. Analisar o surgimento e impacto dos novos materiais à indústria da moda. Situar a importância do uso do grafeno nessa seara e do centro Mackgraphe de pesquisa. Realizar tour com visitas em locais de referência em inovação na indústria da moda.
- 5. Conteúdo Programático:** Inovação e o direito da moda. O uso de novos materiais. Nanotecnologia e nanomateriais. O uso do grafeno na indústria da moda. A importância da indústria têxtil para a moda. Técnicas inovadoras e têxteis inteligentes. Revolução 4.0. Instituto Mackgraphe de pesquisa.



6. Bibliografia:

a) Básica:

BAGNOLI, Vicente. (Coord.). Concorrência e inovação: anais de congresso internacional para promoção de debates acerca do Direito da Concorrência e Inovação Tecnológica diante da realidade e desafios da economia digital. São Paulo:

Scortecci, 2018.

DURAN, Nelson; MATTOSO, Luiz Henrique Capparelli; MORAIS, Paulo Cezarde. Nanotecnologia: introdução, preparação e caracterização de nanomateriais e exemplos de aplicação. São Paulo: Artliber Editora Ltda., 2006.

PASIN, João Bosco Coelho; DALLARI JR., Hélcio de Abreu; IGLESIAS, Miguel Ángel González (Coords.). Grafeno. Innovación, derecho y economía. España: Bosch, 2017.

MackPesquisa.

b) Complementar:

BORJES, Isabel Cristina Porto; ENGELMANN, Wilson; GOMES, Tais Ferraz.

Responsabilidade civil e nanotecnologias. São Paulo: Grupo Gen, 2014.

FEITSHANS, Ilise L. Global Health Impact of Nanotechnology Law. Singapore:

Panstanford Publishers, 2018.

FREIRE, Alexandre Reis Siqueira; ASSAFIM, João Marcelo de Lima; CASTRO, Marcello Soares (Org.). Direito, inovação e desenvolvimento: tópicos de propriedade intelectual e concorrência. Belo Horizonte, MG: Arraes Editores, 2013. 2 v.

SAAVEDRA, Giovani Agostini; LUPION, Ricardo (Org.). Direitos fundamentais: direito privado e inovação. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2012.

VENERUCI, Priscilla Rodrigues. Inovação, direito das patentes e desenvolvimento econômico: perspectivas do Brasil. 2006. viii, 106 f. Dissertação (Mestrado em Direito Político e Econômico) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2006.

IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR

1. **Nome do Componente Curricular:** Empreendedorismo, Direito e a Indústria da Moda
2. **Carga Horária:** 32 h/a



3. Ementa: Estudo das mudanças no universo corporativo e a crescente importância do empreendedorismo na moda. Análise da mentalidade empreendedora e das possibilidades de carreira em fashion law.

4. Objetivo: Analisar e entender o mercado da moda e as novas tecnologias para empreender. Introduzir o corpo discente aos novos desafios do mercado de trabalho e as possibilidades da carreira em escritórios de advocacia especializados em fashion law.

5. Conteúdo Programático: Princípios do empreendedorismo. Perfil do empreendedor e o mercado da moda. A estrutura da cadeia da moda. Possibilidades de atuação no mercado do fashion law. O perfil do novo consumidor. Modelos de negócios e escritórios de advocacia. Como trabalhar com fashion law. Desafios da carreira. Experiências práticas.

6. Bibliografia:

a) Básica:

BARON, Robert; SHANE Scott. A. Empreendedorismo: uma visão de processo. São Paulo: Thomson Learning, 2012.

DEGEN, Ronald Jean. O Empreendedor: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson, 2009.

DORNELAS, José. Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e diferenciar na sua empresa. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

b) Complementar:

BESSANT, John; TIDD, Joe. Inovação e Empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman, 2009.

CHACON, Luis Fernando Rabelo. Gestão para advogados - Gestão de Carreira + Gestão de Escritórios. São Paulo: Saraiva, 2016.

GHOBRIL, Alexandre N. Oportunidades, Modelos e Planos de Negócio. São Paulo: Editora Mackenzie, 2017.

GOLIZIA, Dario. Fashion business model. Strategie e modelli delle aziende di moda. Milano: FrancoAngeli, 2016.

HIPÓLITO, Adnilson. Finanças na Advocacia. Planejamento, Estratégia, Controle e Resultados. 1ª ed. Curitiba: Juruá, 2015.

IACOBELLI, Giuseppe (coord.) Fashion Branding 3.0. La multicanalità come approccio strategico per il marketing della moda. Milano: Franco Angeli, 2010.

KUAZAQUI, Edmir; KUAZAQUI, Edmir; VICO MAÑAS, Antonio (Org.). Administração Empreendedora: gestão e marketing criativos e inovadores. São Paulo: Évora, 2016.

ROSA, José Antônio. Carreira - Planejamento e Gestão - Série Profissional. 2ª ed. Rio de Janeiro: Senac, 2016.



SHENG, Hsia Hua. Série GV LAW - Direito, Gestão e Prática - Introdução às Finanças Empresariais. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2016.

IDENTIFICAÇÃO DO COMPONENTE CURRICULAR

1. **Nome do Componente Curricular:** Os desafios do fashion law na era digital
2. **Carga Horária:** 32 h/a
3. **Ementa:** Estudo do direito digital e suas implicações na indústria da moda. Análise da legislação nacional e internacional. Casos práticos e consequências jurídicas.
4. **Objetivo:** Desenvolver os conceitos de direito digital e aplicá-los às relações jurídicas que se estabelecem na cadeia da moda. Transmitir ao corpo discente os novos desafios e recursos disponíveis para solucionar as questões jurídicas decorrentes da era digital.
5. **Conteúdo Programático:** Direito Digital e Fashion law. Características do Direito Digital. Marco Civil da Internet e Lei de proteção de dados pessoais. Liberdade de Expressão e Segurança na Internet. Direito Digital e os desafios e impactos na indústria da moda. Comunicação na era digital. Blogueiros, influenciadores e publicidade on-line. Proteção online da moda. Responsabilidade civil. Estudo de casos nacionais e internacionais.

6. **Bibliografia:**

a) **Básica:**

MASSO, Fabiano Del; ABRUSIO, Juliana Canha; FLORÊNCIO FILHO, Marco Aurélio (Coord.). Marco civil da internet: lei 12.965/2014. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

PAESANI, Liliana Minardi. Direito e internet: liberdade de informação, privacidade e responsabilidade civil. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2014.

PINHEIRO, Patricia Peck. Direito digital. 4ª ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2010.

b) **Complementar:**

ARTESE, Gustavo (Coord.). Marco civil na Internet: análise jurídica sob uma perspectiva empresarial. São Paulo: Quartier Latin, 2015.

DE LUCCA, Newton; SIMÃO FILHO, Adalberto; FINKELSTEIN, Maria Eugênia; DOMINGUES, Alessandra de Azevedo (Coord.) (Ord.). Direito & internet: aspectos jurídicos relevantes. São Paulo: Quartier Latin, 2008.



IACOBELLI, Giuseppe (coord.) Fashion Branding 3.0. La multicanalità come approccio strategico per il marketing della moda. Milano: Franco Angeli, 2010.

MARINELLI, Marcelo Romão. Privacidade e redes sociais virtuais: sob a égide da lei n. 12.965/2014: marco civil da Internet. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2017.

MESSA, Ana Flávia; THEOPHILO JÚNIOR, Roque (coords.). Sustentabilidade ambiental e os novos desafios na era digital: estudos em homenagem a Benedito Guimarães Aguiar Neto. São Paulo: Saraiva, 2011.

POZZO, Barbara; JACOMETI, Valentina. Fashion law. Le problematiche giuridiche della filiera della moda. Milano: Giuffrè Editore, 2016.

RINALDI, Francesca Romana; TESTA, Salvo. The Responsible Fashion Company. Integrating ethics and aesthetics in the value chain. Sheffield: Greenleaf Publishing Limited, 2015.



IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA

1. **Nome do Componente Curricular:** Aplicação do Conhecimento (Trabalho de Conclusão de Curso)
2. **Carga Horária:** 48h/a
3. **Ementa:** O/A aluno/a deverá optar entre escrever um artigo científico ou produzir um plano de carreira.

ARTIGO CIENTÍFICO

Escolha do tema. Monografia/revisão de literatura e estudo de caso. Pesquisa quantitativa e qualitativa. Estrutura: elementos pré e pós textuais. Linguagem e etapas de construção do artigo científico. Introdução, desenvolvimento e conclusão do artigo. Problemas mais comuns na redação do artigo científico.

PLANO DE CARREIRA

Formação, profissão e carreira. O perfil do profissional do Direito “4.0”. Comunicação estratégica. Liderança e gestão de equipes jurídicas. Planejamento estratégico de empresas. Implementação e gestão de escritórios de advocacia. Desempenho e colocação profissional pós- formação. Planejamento de carreira.

4. **Objetivo:**

ARTIGO CIENTÍFICO

O componente curricular busca oferecer os principais parâmetros para elaboração de um artigo científico, a ser entregue ao final do componente. O/A aluno/a irá conhecer a parte conceitual da elaboração de um artigo científico, o raciocínio a respeito da metodologia aplicada e as premissas para a escolha de um bom tema de pesquisa, além de ter acesso às informações técnicas e de linguagem apropriada para sua adequada composição e apresentação.

PLANO DE CARREIRA

Estimular o desenvolvimento pessoal necessário à construção de uma carreira profissional, com a compreensão dos desafios inerentes à implementação da trajetória profissional pós- formação nos mais diferentes segmentos do mercado jurídico.