|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 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 | |
| Ementa:  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. | | | |
| Conteúdo Programático  Sistema Misto de Regulação da Atividade Publicitária: Normas Éticas e Normas Jurídicas que regulamentam a publicidade;  O CONAR – Conselho Nacional da Autorregulamentação Publicitária e a Autorregulamentação;  Normas Jurídicas que regulam a Publicidade: Constituição e a publicidade de drogas lícitas. A Dignidade da Pessoa Humana;  O Direito da Comunicação na Constituição: os direitos fundamentais relativos ao pensamento;  Os Princípios Constitucionais da Ordem Econômica e Financeira e a atividade Publicitária (macro ambiente constitucional);  A Defesa do Consumidor e a Publicidade Lícita: proibição da publicidade enganosa e abusiva;  A Proteção Constitucional da Propriedade Intelectual: direitos de autor e direitos de indústria. Os desafios da era da internet;  Discussões sobre o Princípio da Igualdade;  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](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](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 Tababo: 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); | ARAUJO, Luiz Alberto David e NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano.*Curso de Direito Constitucional.* São Paulo. Ed. Saraiva.  NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. “*Publicidade Comercial: proteção e limites na Constituição de 1988.”*São Paulo: Editora Juarez de Oliveira. | | **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 | ARAUJO, Luiz Alberto David e NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano.*Curso de Direito Constitucional.* São Paulo. Ed. Saraiva.  NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. “*Publicidade Comercial: proteção e limites na Constituição de 1988.”*São Paulo: Editora Juarez de Oliveira. | | **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](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](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](http://www.conar.org.br/)  PASQUALOTTO, Adalberto. *“Publicidade de Tababo: 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)   |  | | --- | |  | | | | |