



Programa de DIREITO DO CONSUMIDOR

7º período: 40h/s

Aula: Teórica

## **EMENTA**

Base constitucional. Princípios. Conceitos básicos. Direitos básicos do consumidor. Responsabilidade pelo fato do produto e do serviço. Responsabilidade por vício do produto e do serviço. Decadência e prescrição. Da desconsideração da personalidade jurídica. Práticas comerciais. Oferta. Publicidade. As práticas abusivas. Proteção comercial. Cláusulas abusivas. Contratos de adesão. Defesa do consumidor em juízo.

## **OBJETIVOS**

Compreender a dinâmica do mercado de consumo e das relações iluminadas pelos princípios da vulnerabilidade, da boa-fé objetiva, da confiança e da equidade, bem como a necessidade e o funcionamento das normas de proteção do consumidor.

## **METODOLOGIA DE ENSINO**

Aulas expositivas e interativas. Leitura e discussão de textos. Estudo de casos. Realização de pesquisas jurídicas. Debates interdisciplinares.

## **CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO**

Provas escritas individuais ou provas escritas individuais e trabalho(s)

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

### **UNIDADE I – BASE CONSTITUCIONAL**

1.1 – Direito do consumidor como direito fundamental

1.2 – Direito do consumidor como princípio da ordem econômica

### **UNIDADE II – CONCEITOS BÁSICOS**

2.1 – Consumidor

2.2 – Consumidor por equiparação

2.3 – Fornecedor

2.4 – Produto

2.5 – Serviço

2.6 – Teorias maximalista, finalista e finalista aprofundada

### UNIDADE III – PRINCÍPIOS

3.1 – Vulnerabilidade

3.2 – Boa-fé objetiva

3.3 – Confiança

3.4 – Transparência

3.5 – Equidade

### UNIDADE IV – RESPONSABILIDADE PELO FATO DO PRODUTO E DO SERVIÇO

4.1 – Periculosidade: inerente, adquirida e exagerada.

4.2 – Risco do desenvolvimento

4.3 – “Recall”

4.4 – Responsabilidade objetiva

4.5 – Responsáveis

4.6 – Profissionais liberais

### UNIDADE V – RESPONSABILIDADE PELO VÍCIO DO PRODUTO E DO SERVIÇO

5.1 – Vícios de qualidade e de quantidade

5.2 – Responsáveis

5.3 – Vício do produto: direito primário e secundário

5.4 – Vício do serviço

### UNIDADE VI – PRESCRIÇÃO E DECADÊNCIA

### UNIDADE VII – DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA

7.1 – Histórico

7.2 – Distinção em relação ao Código Civil

7.3 – Grupos de sociedades

### UNIDADE VIII – OFERTA E PUBLICIDADE

8.1 – Distinções conceituais

8.2 – Princípios da publicidade

8.3 – Publicidade ilícita: enganosa, abusiva e simulada.

### UNIDADE IX – PRÁTICAS ABUSIVAS

### UNIDADE X – COBRANÇA DE DÍVIDAS

## UNIDADE XI – ARQUIVOS DE CONSUMO

11.1 – Banco de dados

11.2 – Cadastro de consumidores

11.3 – Arquivos estatais

## UNIDADE XII – PROTEÇÃO CONTRATUAL

12.1 – Cláusulas abusivas

12.2 – Contratos de adesão

## UNIDADE XIII – A DEFESA DO CONSUMIDOR EM JUÍZO

13.1 – Defesa individual

13.2 – Defesa coletiva

13.3 – Competência

13.4 – Legitimidade

13.5 – Coisa julgada

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BOLZAN, Fabrício. *Direito do consumidor esquematizado*. (Coleção esquematizado, Coord. Pedro Lenza). São Paulo: Saraiva, 2014.

FILOMENO, José Geraldo Brito. *Manual de direito do consumidor*. São Paulo: Atlas, 2005.

GRINOVER, Ada Pellegrini [et all] . *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

NUNES, Rizzatto. *Comentários ao código de defesa do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2012.

## BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CARPENA, Heloísa. *Abuso do direito nos contratos de consumo*. Rio de Janeiro: Renovar, 2001.

KONDER, Carlos Nelson. *Contratos conexos: grupos de contratos, redes contratuais e contratos coligados*. Rio de Janeiro: Renovar, 2006



MARQUES, Cláudia Lima. *Confiança no comércio eletrônico e a proteção do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

\_\_\_\_\_. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. São Paulo: RT, 2005.

NUNES, Rizzato. *Curso de Direito do Consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2005.

PINHEIRO, Rosalice Fidalgo. *O abuso de direito e as relações contratuais*. Rio de Janeiro: Renovar, 2002.