Paulo Valério Dal Pai Moraes

Código de Defesa do Consumidor
O PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE

no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais

INTERPRETAÇÃO SISTEMÁTICA DO DIREITO

3ª EDIÇÃO
REVISTA, ATUALIZADA E AMPLIADA
de acordo com o Código Civil de 2002, e com acréscimos relativos
a Internet, Neuromarketing, Conceitos Psicanalíticos e Questões Tributárias

livraria DO ADVOGADO editora

Resumo de Código de Defesa do Consumidor. O Princípio da Vulnerabilidade no Contrato na Publicidade nas Demais Práticas Comerciais

O autor realiza pesquisa abrangente sobre a aplicação do princípio da vulnerabilidade nos contratos atuais, nas publicidades e nas práticas comerciais em geral, intentando com isso evidenciar a grande diferença de forças que naturalmente existe entre o fornecedor e o consumidor, bem como a importância de que tal seja reconhecido para a adequada resolução de conflitos, seja na esfera extrajudicial como no âmbito judicial.

Acesse aqui a versão completa deste livro