7
ESTRATÉGIAS COMERCIAIS: MARKETING E PUBLICIDADE 861
ANA CLARA AZEVEDO DE AMORIM

I. Contratos publicitários 862
1. Contrato publicitário em sentido estrito 863
2. Contrato de difusão publicitária 866
3. Contrato de criação publicitária 868
3.1. Direitos e obrigações das partes 868
3.2. Proteção da criação publicitária 869
4. Contrato de patrocínio 873

II. Estratégias comerciais em ambiente digital 874
1. Conceito jurídico de publicidade 874
1.1. Elementos objetivo, subjetivo e teleológico 875
1.2. Dimensão institucional ou corporativa 877
2. Influenciadores digitais 878
2.1. Princípio da identificabilidade 880
2.2. Publicidade oculta 884
2.3. Mecanismos sancionatórios 887
3. Personalização e proteção de dados pessoais 889

III. Referências bibliográficas 891

8
A LEI DE DEFESA DA CONCORRÊNCIA E OS CONTRATOS DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL NO SECTOR DA MODA 895
ANA LEOPOLDO FERNANDES

I. Introdução 895

II. Análise dos limites e excepções previstos no Novo Regime Jurídico da Concorrência e no Tratado de Funcionamento da União Europeia 897

III. Acordos verticais e o seu impacto na concorrência 900
1. Sistemas de distribuição selectiva 901
2. Pactos de não concorrência e de exclusividade nos acordos verticais . 902