

1. Record Nr.	UNINA9910821943903321
Autore	Vilajoana Alejandre Sandra
Titolo	Las Leyes de la Publicidad : Limites Juridicos de la Actividad Publicitaria // Sandra Vilajoana Alejandre
Pubbl/distr/stampa	Barcelona : , : Editorial UOC, , 2011
ISBN	84-9029-129-2
Descrizione fisica	1 online resource (249 p.)
Collana	Manuales
Disciplina	343.082
Soggetti	Advertising laws
Lingua di pubblicazione	Spagnolo
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Bibliographic Level Mode of Issuance: Monograph
Sommario/riassunto	La publicidad es una de las actividades económicas y comerciales más reguladas: cerca de trescientas normas -comunitarias, estatales y autonómicas- configuran, actualmente, los límites jurídicos de la actividad publicitaria en España. Este libro facilita al lector ? estudiante o profesional de la publicidad- los principios básicos del marco jurídico en el que deberá desarrollar su actividad. ¿Qué normas determinan el marco normativo básico de la publicidad? ¿Cuál es contenido general del derecho de la publicidad tras la reforma operada en el régimen legal de la competencia desleal? ¿Qué principios regulan la publicidad según su medio de difusión y cuál es el alcance de la legislación de carácter sectorial? ¿Qué límites debemos observar al recoger y tratar datos de carácter personal con fines de publicidad? ¿Qué papel juega el sistema de autorregulación publicitaria en el contexto actual?.