



Medicina e Relações de Consumo

Ementa:

Relação de consumo. Código de Ética Médica. Código de Defesa do Consumidor. Código Civil. Direitos básicos do consumidor. Princípios das relações de consumo. Sistema de garantias do CDC. Medicina e Publicidade.

Objetivos:

Compreender as relações de consumo; estudar os princípios aplicáveis à relação médico, hospital, paciente; analisar os direitos básicos dos consumidores (pacientes); conhecer o sistema de responsabilidade por fato de produto e do serviço estipulado pelo CDC; conhecer o sistema de responsabilidade por vício do produto e do serviço estipulado pelo CDC; reconhecer os reflexos jurídicos desses sistemas de garantia na relação médico, hospital, paciente; analisar as excludentes de responsabilidade; identificar a possibilidade de tutela individual e coletiva em face de atos médicos; verificar a relação entre Medicina e publicidade, identificando seus efeitos sociais e jurídicos.

Conteúdo Programático:

- a. Das Relações de Consumo
 - i. Conceito de relação de consumo
 - ii. Consumidor
 - iii. Fornecedor
 - iv. Produto e serviço
- b. Princípios das relações de consumo
- c. Direitos básicos dos consumidores (pacientes)
 - i. A vulnerabilidade especial do paciente
- d. Sistema de responsabilidade no CDC
 - i. Fato do produto ou do serviço
 - ii. Vício do produto ou do serviço
 - iii. Solidariedade da cadeia de fornecedores
 - iv. Prescrição e decadência
 - v. Excludentes de responsabilidade
- e. A relação médica como uma relação de consumo
 - i. Aplicabilidade do CDC e controvérsia gerada pelo novo Código de Ética Médica
 - ii. Práticas ilegais ou abusivas
 - iii. Tutela individual e coletiva
- f. Medicina e Publicidade
 - i. Limites à publicidade médica
 - ii. Limites à publicidade farmacêutica
 - iii. Responsabilidade decorrente de publicidade ilícita
 - iv. Responsabilidade decorrente de publicidade abusiva
 - 1.



