

ÍNDICE

EL BLOG COMO VEHÍCULO PUBLICITARIO, *por Carlos Lema Devesa y Beatriz Patiño Alves*

LA PUBLICIDAD ADHESIVA, *por Carlos Lema Devesa y Pablo Fernandez Carballo–Calero*

LA DISCIPLINA DELLA SPONSORIZZAZIONE TELEVISIVA NELLA DIRETTIVA 2007/65/CE,
por Carlos Lema Devesa

MARCO JURÍDICO DE LA PUBLICIDAD SEXISTA, *por Carlos Lema Devesa*

LOS ACTOS DE ENGAÑO EN LA LEY DE COMPETENCIA DESLEAL, *por Carlos Lema Devesa*

LA PUBLICIDAD COMPARATIVA EN LA UNIÓN EUROPEA, *por Carlos Lema Devesa*

LOS ANUNCIOS CON ESTEREOTIPOS DE LA MUJER COMO PUBLICIDAD ILÍCITA, *por Carlos Lema Devesa*

LA OBJETIVIDAD Y VERACIDAD EN LA PUBLICIDAD COMPARATIVA DE PRECIOS, *por Carlos Lema Devesa*

TENDENCIAS ACTUALES DEL DERECHO DE LA PUBLICIDAD: LA PROBLEMÁTICA
AUTORREGULACIÓN PUBLICITARIA EN ESPAÑA, *por Carlos Lema Devesa*

EL NUEVO CÓDIGO DEONTOLÓGICO SOBRE LA PUBLICIDAD DE PRODUCTOS
FARMACÉUTICOS SIN RECETA Y OTROS PRODUCTOS DE AUTOCUIDADO DE LA SALUD,
por Carlos Lema Devesa

EL CONCEPTO JURÍDICO DE ANUNCIANTE, *por Carlos Lema Devesa.*