

 **Cuprins**

ABREVIERI	5
PREFAȚĂ.....	7
INTRODUCERE	9
CAPITOLUL 1. SCURT ISTORIC AL EVOLUȚIEI CONCEPȚIILOR PRIVIND COPILUL CA TITULAR DE DREPTURI.....	16
1.1. Evoluția concepțiilor privind copilul și protecția lui.....	16
1.2. Dezvoltarea dreptului european al copilului	34
1.3. Dezvoltarea și evoluția sistemului de protecție a copilului în România, după cel de-al Doilea Război Mondial	40
1.4. Copilul, titular de drepturi	43
CAPITOLUL II. PROTECȚIA COPILULUI ÎN CONTEXT INTERNAȚIONAL ȘI INSTRUMENTE INTERNAȚIONALE PRIVIND PROTECȚIA COPILULUI.....	54
2.1. Protecția copilului în context internațional.....	54
2.2. Instrumente internaționale privind protecția copilului	58
2.2.1. Instrumente ale Organizației Națiunilor Unite	58
2.2.2. Instrumente ale Consiliului Europei.....	64
2.2.2.1. Curtea Europeană a Drepturilor Omului	67
2.2.2.2. Comitetul European al Drepturilor Sociale	68
2.3. Instrumente ale Uniunii Europene	70
2.3.1. Curtea de Justiție a Uniunii Europene.....	74
CAPITOLUL III. PROTECȚIA COPILULUI: DOMENIU, PRINCIPII ȘI AUTORITATEA PĂRINTEASCĂ.....	76
3.1. Domeniul protecției copilului	76
3.2. Principiile generale de protecție a copilului.....	86
3.3. Autoritatea părintească	96
CAPITOLUL 4. COPILUL, DESTINATAR AL PRACTICILOR COMERCIALE	104
4.1. Capacitatea de exercițiu și capacitatea de a contracta a minorului	104
4.2. Copilul în calitatea sa de „consumator vulnerabil”	111

CAPITOLUL V. CADRUL LEGAL PRIVIND INTERZICEREA	
PRACTICILOR COMERCIALE NELOIALE	122
5.1. Domeniul de aplicare	122
5.1.1. Domeniul de aplicare <i>ratione materiae</i>	126
5.1.2. Domeniul de aplicare <i>ratione personae</i>	134
5.2. Tipuri de practici comerciale neloiale	138
5.2.1. Practici comerciale înșelătoare	139
5.2.2. Practicile comerciale agresive	151
5.2.3. Publicitatea înșelătoare	155
5.2.3.1. Conceptul „liberului-arbitru” al consumatorului	155
5.2.3.2. Importanța liberului-arbitru în procesul de luare a	
deciziilor de către consumatori	157
5.2.3.3. Conceptul de autonomie și relația sa cu liberul-arbitru	
al consumatorului	158
5.2.3.4. Influența publicității înșelătoare asupra	
comportamentului consumatorilor	159
5.3. Comerțul online	163
5.4. Campaniile promoționale	188
5.4.1. Campaniile promoționale offline	188
5.4.2. Campaniile promoționale online	194
CAPITOLUL VI. INSTITUȚII ȘI ORGANISME DE APĂRARE	
A DREPTURILOR CONSUMATORILOR	203
6.1. Importanța organismelor și instituțiilor privind protecția	
consumatorilor	203
6.2. Instituții implicate în protecția consumatorilor în Uniunea	
Europeană	204
6.3. Instituții naționale de protecție a consumatorului din România	217
CAPITOLUL VII. PROTEJAREA INTERESELOR CONSUMATORILOR	
ȘI REZILIENȚA ACESTORA	221
7.1. Protejarea intereselor consumatorilor	221
7.2. Reziliența consumatorului și consolidarea acesteia	246
CAPITOLUL VIII. JURISPRUDENȚA RELEVANTĂ A CURȚII DE JUSTIȚIE	
A UNIUNII EUROPENE PENTRU PROTECȚIA CONSUMATORILOR	257
CAPITOLUL IX. CONCLUZII ȘI PROPUNERI DE LEGE FERENDA	
263	
BIBLIOGRAFIE	277