



**CÂMARA DOS DEPUTADOS
COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA**

**SUBSTITUTIVO ADOTADO PELA CCJC
AO PROJETO DE LEI Nº 1.226, DE 2007**

Disciplina o exercício da profissão de mercadólogo (*marketing*), e dá outras providências.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Esta Lei disciplina a profissão de mercadólogo (*marketing*).

Art. 2º O profissional de mercadologia (*marketing*) é todo aquele que desempenha atividade especializada de caráter técnico-científico, criativo e artístico, com vistas a criar e redigir textos publicitários, roteirizar chamadas publicitárias (*spots*) e comerciais de TV, dirigir peças publicitárias para rádio e TV, planejar investimentos e inserções de campanhas publicitárias na mídia, atender clientes anunciantes, produzir arte gráfica em publicidade e propaganda, gerenciar contas de clientes e administrar agências de publicidade.

Art. 3º São atribuições do profissional de mercadologia (*marketing*):

a) realizar o planejamento e projeto de sistemas, produtos, ou mensagens visuais ligadas à produção de publicidade objetivando assegurar sua funcionalidade ergonômica, sua correta utilização, qualidade técnica e estética racionalização estrutural, fabricação ou reprodução;



CÂMARA DOS DEPUTADOS
COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA

b) atuar no posicionamento empresarial, desenvolvendo estratégias de mercado e em programas de fidelização com os clientes;

c) desenvolver marcas para empresas, realizando o levantamento de necessidades organizacionais, elaborando projetos de comunicação organizacional, gerando projetos de novos produtos e atuando na gestão da demanda;

d) realizar ensaios, pesquisas, experimentações em seu campo de atividade e em campos correlatos, quando atuar em equipes multidisciplinares;

e) desempenhar cargos e funções junto a entidades públicas e privadas cujas atividades estejam correlacionadas com as alíneas anteriores;

f) realizar a coordenação, direção, fiscalização, orientação, consultoria, assessoria e execução de serviços ou assuntos de seu campo profissional;

g) exercer o magistério em disciplinas em que o profissional esteja devidamente habilitado.

Art. 4º É assegurado o exercício da profissão de mercadologia (*marketing*) aos que:

a) possuem, devidamente registrado, diploma de ensino superior, em órgão oficial ou reconhecido, existente no País;

b) até a data de publicação desta lei, comprovarem o exercício ininterrupto da profissão por período superior a cinco anos;

c) possuam, devidamente revalidado e registrado no País, diploma de faculdade ou escola estrangeira de ensino superior de mercadologia (*marketing*), ou tenham esse exercício amparado por convênios internacionais de intercâmbio.

Art. 5º A denominação profissional de mercadologia (*marketing*) é reservada aos profissionais de que trata esta lei.



**CÂMARA DOS DEPUTADOS
COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA**

Parágrafo único. A qualificação de que trata este artigo poderá ser acrescida de títulos referentes a cursos de especialização, aperfeiçoamento e pós-graduação.

Art. 6º Direitos de autoria e responsabilidade legal dos projetos em mercadologia (*marketing*) são do profissional que elaborar, a quem caberão sempre os prêmios e distinções honoríficas.

Parágrafo único. A menção título, do autor e o número de seu registro profissional são componentes obrigatórios do projeto.

Art. 7º A concepção geral de plano ou registro elaborada em conjunto por profissionais habilitados confere a todos eles os direitos e deveres de coautores, inclusive com seus nomes constando da respectiva documentação.

Art. 8º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em 11 de julho de 2017.

Deputado RODRIGO PACHECO
Presidente