

SUMÁRIO

Agradecimentos.....	9
Prefácio	11
Introdução.....	13
Capítulo I	
O formalismo característico do exercício da advocacia	15
Capítulo II	
O Estatuto da Advocacia e da OAB, o Código de Ética e Disciplina da Ordem dos Advogados do Brasil (Resolução nº 02/2015 do Conselho Federal da OAB) e o Provimento nº 205/2021 do Conselho Federal da Ordem dos Advogados do Brasil	19
Capítulo III	
A atual realidade dos escritórios de advocacia do Brasil	31
Capítulo IV	
A utilização da terminologia “ <i>marketing</i> jurídico”	37
Capítulo V	
A finalidade do <i>marketing</i> nos escritórios de advocacia do Brasil.....	39
Capítulo VI	
Dicas de ações de <i>marketing</i> jurídico.....	43
Conclusão.....	49
Referências	51