

Unidade Curricular	Direito do Marketing Digital	Área Científica	Direito
CTeSP em	Gestão de Marketing e Comércio Eletrónico	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela
Ano Letivo	2024/2025	Ano Curricular	2
Tipo	Semestral	Semestre	1
Nível	0-2	Créditos ECTS	6.0
Código	4096-751-2102-00-24		
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T - - TP 60 PL - TC - S - E - OT - O -

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutórica; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s) Ana Luisa Rodrigues Moredo

Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Conhecer e interpretar a legislação que disciplina a área do marketing e comércio eletrónico;
2. Compreender os limites ético-legais na atividade profissional e responsabilidade resultante da sua violação;
3. Assegurar a conformidade com instrumentos de regulação e autorregulação;
4. Aplicar os conceitos normativos legais a situações práticas.

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Literacia informática na ótica do utilizador avançado.
2. Conhecimentos fundamentais de marketing.

Conteúdo da unidade curricular

Direito do marketing digital.

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Introdução
 - Noções fundamentais do ordenamento jurídico nacional e europeu
 - Ilícitude e responsabilidade
 - Regulação e autorregulação do marketing digital
 - Princípios gerais de direito comercial
2. Direito do consumidor
 - Práticas comerciais das empresas nas relações com os consumidores
 - Compra e venda de bens, conteúdos e serviços digitais
 - Contratos à distância e fora do estabelecimento comercial
 - Práticas comerciais com redução do preço
 - Resolução de litígios de consumo
3. Sociedade da informação
 - Publicidade digital e audiovisual
 - Comércio eletrónico e responsabilidade dos prestadores de serviços da sociedade de informação
 - Proteção de dados pessoais e privacidade nas comunicações eletrónicas
 - Cibersegurança
4. Propriedade intelectual e concorrência
 - Direitos de autor e direitos conexos
 - Propriedade industrial: marcas, patentes e design
 - Concorrência desleal

Bibliografia recomendada

1. Amorim, A (2015). Comunicação comercial e direito dos consumidores: Desafios da sociedade da informação. Revista de direito intelectual nº 1 - 2015. Almedina. ISBN 9789724063218.
2. Carvalho, J. (2021). Compra e venda e fornecimento de conteúdos e serviços digitais - Anotação ao decreto-lei nº 84/2021, de 18 de outubro. Almedina. ISBN 9789894001836.
3. Falcão, D. Lições de direito do consumo (2ª edição). Almedina. ISBN 978924086330.
4. Pereira, A. (2019). Direito da propriedade intelectual & novas tecnologias - estudos vol. I. Gestlegal. ISBN 9789898951144.
5. Schwalbach, J. (2021). Direito Digital (2ª edição). Almedina. ISBN 9789894000907.

Métodos de ensino e de aprendizagem

Apresentação e debate dos conteúdos programáticos. Resolução de casos práticos. Realização de propostas de trabalho (simulações e estudos de caso).

Alternativas de avaliação

1. Avaliação final - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
 - Prova Intercalar Escrita - 50%
 - Exame Final Escrito - 50%
2. Avaliação final - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Exame Final Escrito - 100%
3. Estudantes em mobilidade - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Exame Final Escrito - 100%

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Ana Luisa Rodrigues Moredo	Ricardo Jorge Vieira Correia	Catarina Alexandra Alves Fernandes
19-10-2024	21-10-2024	21-10-2024