

Unidade Curricular	Direito Digital	Área Científica	Direito
Classificação	Pós-Graduação em Marketing Digital	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela
Ano Letivo	2022/2023	Ano Curricular	1
Tipo	Semestral	Semestre	1
Horas totais de trabalho	54	Nível	2-1
Horas de Contacto	T - - TP - - PL - - TC - - S - - E - - OT - - O - -	Créditos ECTS	2.0
		Código	5068-787-1108-00-22

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) Rute Isabel Esteves Ferreira Couto Fernandes

#### 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 digital
2. Compreender os limites ético-legais na atividade profissional e a responsabilidade resultante da sua violação
3. Assegurar a conformidade com instrumentos de regulação e autorregulação
4. Aplicar os conceitos e normativos legais a situações práticas

#### Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:  
Não aplicável

#### Conteúdo da unidade curricular

- 1) Introdução; 2) Aspectos ético-legais dos novos media; 3) Propriedade Intelectual

#### Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. INTRODUÇÃO
  - Noções gerais do ordenamento jurídico nacional e europeu
  - Ilícitude e responsabilidade
  - Regulação e autorregulação do marketing digital
  - Resolução de litígios
2. ASPETOS ÉTICO-LÉGAIS DOS NOVOS MEDIA
  - Publicidade digital e audiovisual
  - Direitos dos consumidores no fornecimento de conteúdos e serviços digitais
  - Comércio eletrónico e responsabilidade dos prestadores de serviços da sociedade da informação
  - Proteção de dados pessoais e privacidade nas comunicações eletrónicas
  - Cibersegurança
3. PROPRIEDADE INTELECTUAL
  - Direitos de autor e conexos no mercado único digital
  - 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 n.º 1 - 2015. Almedina. ISBN 9789724063218
2. Carvalho, J. (2022). Compra e venda e fornecimento de conteúdos e serviços digitais - anotação ao decreto-Lei nº 84/2021, de 18 de outubro (reimpressão 2022). Almedina. ISBN 9789894001836
3. Magalhães, F. e Pereira, M. (2020). Regulamento geral de proteção de dados - manual prático (3ª edição). Vida Económica. ISBN 9789897686801
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; realização de simulações e estudos de caso.

#### Alternativas de avaliação

1. Avaliação Contínua - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
  - Prova Intercalar Escrita - 50% (Quiz online para aferição das competências adquiridas)
  - Estudo de Casos - 50% (Análise crítica de uma plataforma digital B2C quanto ao cumprimento dos requisitos legais)
2. Exame Final - (Ordinário, Trabalhador) (Recurso, Especial)
  - Exame Final Escrito - 100%

#### Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

#### Validação Eletrónica

Rute Isabel Esteves Ferreira Couto Fernandes	Ricardo Jorge Vieira Correia	Sonia Paula da Silva Nogueira
10-12-2022	29-12-2022	15-01-2023