

Unidade Curricular	Direito do Marketing	Área Científica	Direito
Licenciatura em	Marketing	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela
Ano Letivo	2023/2024	Ano Curricular	2
Tipo	Semestral	Semestre	2
Nível	1-2	Créditos ECTS	6.0
Código	9205-714-2203-00-23		
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 Tutoria; 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.
2. Compreender os limites ético-legais à liberdade de comunicação na atividade de marketing e a responsabilidade resultante da sua violação.
3. 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) Direito da Publicidade; 3) Direito do Consumidor; 4) Proteção de Dados Pessoais; 5) Propriedade Intelectual e Concorrência.

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. INTRODUÇÃO
 - Noções gerais do ordenamento jurídico nacional e europeu
 - Ilícitude e Responsabilidade
 - Regulação e Auto-regulação
2. DIREITO DA PUBLICIDADE
 - Regime jurídico da publicidade: sujeitos, princípios e restrições
 - Publicidade comparativa
 - Publicidade domiciliária
 - Publicidade exterior
 - Comunicação comercial audiovisual
3. DIREITO DO CONSUMIDOR
 - Direitos fundamentais do consumidor
 - Práticas comerciais enganosas e agressivas
 - Compra e venda de bens, conteúdos e serviços digitais
 - Contratos à distância e fora do estabelecimento comercial
 - Práticas comerciais com redução de preço
 - Conflitos de consumo e sua resolução
4. PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS
 - Tratamento de dados pessoais
 - Marketing direto
 - Comunicações não solicitadas
 - Testemunhos de conexão online (cookies)
5. PROPRIEDADE INTELECTUAL E CONCORRÊNCIA
 - Propriedade Industrial: marcas, patentes e design
 - Direitos de autor e direitos conexos
 - Concorrência desleal

Bibliografia recomendada

1. Amorim, A. (2023). Manual de direito da publicidade (2ª edição). Editora Petrony. ISBN 9789726853299.
2. Falcão, D. (2023). Lições de direito do consumo (4ª edição). Almedina. ISBN 9789894012450.
3. Gonçalves, L. (2023). Manual de direito industrial (10ª edição revista e atualizada). Almedina. ISBN 9789894014102.
4. Magalhães, F. & Pereira, M. (2020). Regulamento geral de proteção de dados - manual prático (3ª edição). Vida Económica. ISBN 9789897686801.
5. Marques, M., Oliveira, F., Guedes, A. & Rafeiro, M. (2016). Regime jurídico de acesso e exercício de atividades de comércio, serviços e restauração. Almedina. ISBN 9789724064956.

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 (2 testes) - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
 - Prova Intercalar Escrita - 60% (Módulos "Direito da Publicidade" e "Direito do Consumidor")
 - Exame Final Escrito - 40% (Módulos "Proteção de Dados Pessoais" e "Propriedade Intelectual e Concorrência")
2. Avaliação por exame final - (Ordinário, Trabalhador) (Recurso, Especial)
 - Exame Final Escrito - 100%
3. Alunos estrangeiros em mobilidade - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Trabalhos Práticos - 50% (em português ou inglês)
 - Exame Final Escrito - 50% (em português ou inglês)

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Rute Isabel Esteves Ferreira Couto Fernandes	Luisa Margarida Barata Lopes	Catarina Alexandra Alves Fernandes	Sonia Paula da Silva Nogueira
07-03-2024	09-03-2024	10-03-2024	13-03-2024