

Ano Letivo 2019-20

Unidade Curricular DIREITO DAS EMPRESAS E DO MARKETING

Cursos MARKETING (1.º ciclo)

Unidade Orgânica Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Código da Unidade Curricular 15161007

Área Científica DIREITO

Sigla

Línguas de Aprendizagem Português-PT

Modalidade de ensino Presencial

Docente Responsável Manuel de Sousa Domingues das Neves Pereira

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Manuel de Sousa Domingues das Neves Pereira	OT; TP	TP1; OT1	45TP; 4,5OT

* Para turmas lecionadas conjuntamente, apenas é contabilizada a carga horária de uma delas.

ANO	PERÍODO DE FUNCIONAMENTO*	HORAS DE CONTACTO	HORAS TOTAIS DE TRABALHO	ECTS
1º,2º	S2	42TP; 3OT	140	5

* A-Anual; S-Semestral; Q-Quadrimestral; T-Trimestral

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Não são exigidos

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

Pretende-se identificar o direito aplicável às empresas e às suas actividades comerciais.

Com a frequência satisfatória da unidade curricular o estudante deverá estar habilitado ao exercício das competências seguintes:

Competências Genéricas:

Identificar as relações de natureza jurídico-comercial;

Interpretar e aplicar o normativo comercial, com relevo para os atos de comércio e as sociedades de responsabilidade limitada, relações laborais e do marketing;

Competências Específicas:

Conhecer o âmbito e especificidade reguladora do Direito das Empresas;

Conhecer e aplicar os normativos sobre as pessoas jurídico-comerciais, em especial as sociedades por quotas e anónimas;

Conhecer e aplicar os normativos sobre os contratos relacionados com a actividade do marketing e publicidade;

Conhecer e apreciar criticamente as emergências comerciais novas e as suas regulações jurídicas.

Conteúdos programáticos

1. CONCEITO E FONTES DO DIREITO COMERCIAL
2. OS ATOS DE COMÉRCIO - OS CONTRATOS COMERCIAIS EM ESPECIAL
3. OS COMERCIANTES
4. DAS SOCIEDADES COMERCIAIS EM ESPECIAL
5. OS TÍTULOS DE CRÉDITO (Letra, Livrança e Cheque)
6. INSOLVÊNCIA E RECUPERAÇÃO DE EMPRESAS
7. DIREITO DO TRABALHO (o Contrato de Trabalho e os Direitos e Deveres Principais na relação de Trabalho)
8. DIREITO DO MARKETING E DA PUBLICIDADE

Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

A unidade curricular de Direito das Empresas e do Marketing, parte do primeiro ano do curso, tem o conteúdo cujo domínio pelos estudantes é essencial à futura compreensão das disciplinas de Direito Fiscal e de Direito do Trabalho, incluídas nos currículos dos anos posteriores.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Teórico-prática.

Interpretação em aula dos contextos de interpretação e aplicação da lei.

Estudos de casos e resolução em aula de hipóteses práticas com contextos de simulação, aprendizagem, respectivos registos e debates com formulação de conclusões específicas

- Componente de Avaliação por Frequência CAF (peso 40%) + Exame (peso 60%)

- Avaliação da CAF= 2 Testes (50%) cada.

- Dispensa de exame: CAF $\geq$ 12 valores

- Caso seja favorável ao aluno, a nota de exame de época normal pondera com a CAF para o cálculo da nota de admissão a exames posteriores durante o ano letivo de obtenção da CAF.

- Na época especial de conclusão de curso ou de melhoria de classificação, o resultado do exame corresponde a 100% da nota da UC.

- O aluno pode utilizar a CAF obtida no ano letivo anterior na UC, mediante solicitação prévia, por escrito, ao docente.

- *A admissão ao exame de época normal implica a obtenção de uma nota de CAF igual ou superior a 6 valores (CAF-componente de avaliação por frequência).*

Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

Com destinatários vocacionados a exercer ou otimizar o exercício de competências de marketing, no quadro das funções de gestão de empresas, pretendendo-se que fiquem a identificar o direito aplicável às operações jurídico-comerciais.

Em nível metódico de ensino superior, esta UC pretende, sinteticamente, obter o conhecimento do âmbito e especificidades do direito comercial, o conhecimento e aplicação dos normativos sobre as pessoas jurídicas comerciais, em especial das sociedades por quotas e anónimas, o conhecimento e aplicação dos normativos sobre atos de comércio, em especial os que o são objectivamente, o conhecimento da normação elementar do direito de trabalho, aplicando-a a questões elementares de direitos e deveres das partes de relações laborais e finalmente o conhecimento e apreciação crítica das novas emergências comerciais especialmente na área do marketing.

As aulas teóricas utilizam o método expositivo (interpretação do texto jurídico) com o objetivo de transmitir as competências técnicas específicas e o método participativo para a reflexão sobre os conteúdos.

As aulas práticas baseiam-se na resolução de casos, para que desta forma os estudantes possam aplicar os conceitos, explanados a situações em concreto, com uma perspetiva crítica.

Bibliografia principal

Cunha, P.. Olavo, Lições de Direito Comercial, Coimbra, Almedina, 2015.

Coutinho de Abreu, J. M., Curso de Direito Comercial - I, Coimbra, Almedina, 2017

Coutinho de Abreu / Maia, P. / Ramos, E. / Martins, A. S. / Domingues, P., Estudos de Direito das Sociedades (Coord. de C. Abreu), Coimbra, Almedina, 2015

Menezes Cordeiro, A., Direito das Sociedades - I, Coimbra, Almedina, 2016

Pereira, M. Neves, Direito das Empresas e do Marketing, Sumários desenvolvidos (Policop.), Faro, 2019

(Legislação relativa a atividades de Marketing).

(Normas selecionadas, do Código do Trabalho, sobre a relação laboral).

Academic Year 2019-20

Course unit COMPANY AND MARKETING LAW

Courses MARKETING

Faculty / School SCHOOL OF MANAGEMENT, HOSPITALITY AND TOURISM

Main Scientific Area DIREITO

Acronym

Language of instruction Portuguese-PT

Teaching/Learning modality Classroom lessons

Coordinating teacher Manuel de Sousa Domingues das Neves Pereira

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Manuel de Sousa Domingues das Neves Pereira	OT; TP	TP1; OT1	45TP; 4,5OT

* For classes taught jointly, it is only accounted the workload of one.

Contact hours

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
0	42	0	0	0	0	3	0	140

T - Theoretical; TP - Theoretical and practical ; PL - Practical and laboratorial; TC - Field Work; S - Seminar; E - Training; OT - Tutorial; O - Other

Pre-requisites

no pre-requisites

Prior knowledge and skills

Not requested

The students intended learning outcomes (knowledge, skills and competences)

It is intended to identify the law applicable to the companies and its operations.

With the satisfactory frequency of the course the student should be able to exercise the following powers:

Generic Skills:

Identify the relationships of legal-commercial nature;

Interpret and apply the commercial regulations, with emphasis on the acts of trade and liability limited companies, labour and marketing activities.

Specific Skills:

Know the scope and regulatory specificity of the Companies Law;

Know and apply the regulations on the legal and commercial people, especially private companies and anonymous;

Know and apply the regulations on contracts connected to the marketing and advertising activities;

Know and critically appraise new commercial emergencies and its legal regulations.

Syllabus

1. Concept and sources of commercial law
2. Commercial transactions and contracts
3. Traders
4. Commercial companies
5. Securities (Bills, Promissory notes, Checks)
6. Insolvency and Corporate Restructuring
7. Labour Law (the labour contract and the main rights and duties in labour relations)
8. Marketing and Advertising Law

Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives

This curricular unit (CU) of Companies and Marketing Law, part of the first year of the course, has the content whose domain by students is essential to the future understanding of the subjects of tax law and labor law, including in the curricula of later years.

Teaching methodologies (including evaluation)

Theoretical and practical teaching activity.

Interpretation in classroom contexts of interpretation and application of the law. Case studies.

Continuous Assessment (CA) component (40%) + Exam (60%)

EXAMPLE: The CA component comprises: 1st test, 50%, 2nd test, 50%.

- Admission to the exam during the 'época normal' period: a final CA grade of ≥ 6 is needed

Students with a final CA grade of ≥ 12 are exempt from the exam.

- If favourable to the student, the exam mark from the 1st exam period calculated with the CA grade will be applied for admission to further exam periods during the same academic year.

- In the Special Exam Period for concluding the Course, or for improving the final classification, the exam weighting is 100%.

- The student may use the CA grade obtained in the previous academic year by applying in writing to the course unit teacher.

Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes

The degree is designed for those aiming at exercising or optimizing marketing skills within the framework of the companies' management functions. The main goal is that the students are able to identify the law applicable to commercial transactions.

This course unit aims at synthetically conveying knowledge of the content and specificities of the commercial law; knowledge and application of the commercial normative particularly regarding private limited companies and joint stock companies; knowledge and application of the normative regarding commercial transactions; knowledge of the fundamental norms of labour law and its application to basic cases regarding rights and duties of the parties in a labour contract; and finally, knowledge and critical appraisal of the most recent commercial legal issues particularly in the marketing area.

The theoretical lessons count on the active participation of the students in open class discussions. The expository method consists of the interpretation of legal texts and aims at providing specific technical skills. The practical lessons are based on the resolution of cases that allow the students to apply the theory to real situations, in a critical perspective.

Main Bibliography

Cunha, P.. Olavo, Lições de Direito Comercial, Coimbra, Almedina, 2015.

Coutinho de Abreu, J. M., Curso de Direito Comercial - I, Coimbra, Almedina, 2017

Coutinho de Abreu / Maia, P. / Ramos, E. / Martins, A. S. / Domingues, P., Estudos de Direito das Sociedades (Coord. de C. Abreu), Coimbra, Almedina, 2015

Menezes Cordeiro, A., Direito das Sociedades - I, Coimbra, Almedina, 2016

Pereira, M. Neves, Direito das Empresas e do Marketing, Sumários desenvolvidos (Policop.), Faro, 2019

(Legislação relativa a atividades de Marketing).

(Normas selecionadas, do Código do Trabalho, sobre a relação laboral).