

---

**Ano Letivo** 2021-22

---

**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** DIR

---

**Código CNAEF (3 dígitos)**  
380

---

**Contributo para os Objetivos de  
Desenvolvimento Sustentável - 16  
ODS (Indicar até 3 objetivos)**

---

**Línguas de Aprendizagem**  
Português-PT

---

**Modalidade de ensino**

Presencial e/ou a distância.

---

**Docente Responsável**

Manuel de Sousa Domingues das Neves Pereira

---

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Carlos André Guerreiro Melão Dionísio Botelho	OT; TP	TP1; OT1	42TP; 3OT

\* 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
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

### **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).*

---

### **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, Introdução ao Direito e às Obrigações, Coimbra, Almedina, 2019

Pereira, M. Neves, Direito das Empresas e do Marketing, Sumários desenvolvidos (Policop.), Faro, 2020

(Legislação relativa a atividades de Marketing).

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

---

**Academic Year** 2021-22

---

**Course unit** COMPANY AND MARKETING LAW

---

**Courses** MARKETING

---

**Faculty / School** SCHOOL OF MANAGEMENT, HOSPITALITY AND TOURISM

---

**Main Scientific Area** LAW

---

**Acronym**

---

**CNAEF code (3 digits)** 380

---

**Contribution to Sustainable Development Goals - SGD (Designate up to 3 objectives)** 16

---

**Language of instruction** Portuguese-PT

---

**Teaching/Learning modality** Classroom-based and/or distance learning.

**Coordinating teacher** Manuel de Sousa Domingues das Neves Pereira

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Carlos André Guerreiro Melão Dionísio Botelho	OT; TP	TP1; OT1	42TP; 3OT

\* 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
- 

## 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%, 2st test, 50%.

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

Students with a final CA grade of  $\geq 12$  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.

---

## 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, Introdução ao Direito e às Obrigações. Coimbra, Almedina, 2019

Pereira, M. Neves, Direito das Empresas e do Marketing, Sumaíos desenvolvidos (Policop.), Faro, 2020

(Legislação relativa a atividades de Marketing).

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