



MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E DO ENSINO SUPERIOR  
DIRECÇÃO GERAL DO ENSINO SUPERIOR  
INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

## **ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR**

ANO LECTIVO 2005/2006

### **PROGRAMA DA DISCIPLINA DE PROTECÇÃO DO CONSUMIDOR**

**CURSO: GESTÃO DE COMÉRCIO E SERVIÇOS- 3º ANO – 1º SEMESTRE**

**REGIME: SEMESTRAL**

**CARGA HORÁRIA: 2 HORAS /SEMANA- TEÓRICAS  
1 HORA/ SEMANA- PRÁTICA**

**DOCENTE: PAULA ALEXANDRA ALMEIDA ( PROFESSORA ADJUNTA)**

#### **CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO AO DIREITO DO CONSUMO**

1. Noção de Direito do Consumo.
2. Breve referência à necessidade da existência desta nova disciplina jurídica.
3. Direito do Consumo ou Direito do Consumidor?

#### **CAPÍTULO II – PROTECÇÃO DO CONSUMIDOR**

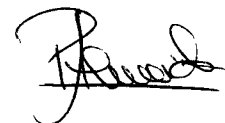
1. Noção de consumidor.
2. Distinção entre o consumidor jurídico e material.
3. Extensão do regime de protecção do consumidor.
4. Enunciação dos direitos do consumidor - a Lei nº24/96. Seu alcance e natureza.

#### **CAPÍTULO III – FONTES DO DIREITO DO CONSUMIDOR.**

1. A Constituição da República Portuguesa – os direitos do consumidor como direitos fundamentais.
2. A Lei de Defesa do Consumidor.
3. A legislação avulsa.

#### **CAPÍTULO IV – QUADROS INSTITUCIONAIS**

1. No País.
2. na União Europeia.



## CAPÍTULO V – DIREITO DOS CONTRATOS

1. O princípio da boa-fé na celebração dos contratos.
2. As cláusulas contratuais gerais – o DL 446/85.
3. O princípio da proibição das cláusulas abusivas - DL 249/99.
4. Os contratos celebrados fora dos estabelecimentos comerciais – DL 279/87 e DL 243/95. Os contratos à distância.

## CAPÍTULO VI – A PUBLICIDADE – REGULAMENTAÇÃO PARA DEFESA DOS INTERESSES DOS CONSUMIDORES

1. Sentidos do termo publicidade.
2. Marketing, Comunicação e Publicidade.
3. Publicidade e actividade publicitária.
4. Princípios reguladores da actividade publicitária
  - a) Princípio da Licitude.
  - b) Princípio da Identificabilidade
  - c) Princípio da Veracidade
  - d) Princípio do Respeito pelos Direitos dos Consumidores
5. A publicidade Domiciliária.
6. A Publicidade Televisiva.

## CAPÍTULO VII – RESPONSABILIDADE DO PRODUTOR

1. O princípio da responsabilidade pela culpa.
2. A responsabilidade objectiva do produtor ou fabricante.
3. A noção de defeito. Tipos de defeito.
4. Danos indemnizáveis.

## CAPÍTULO VIII – MEIOS PROCESSUAIS DE DEFESA DO CONSUMIDOR.

1. O recurso aos novos meios extrajudiciais.
2. O Provedor de Cliente.
3. As Comissões de Mediação e Arbitragem.
4. O recurso à arbitragem e exercício dos Centros de Arbitragem.
5. Os meios judiciais.

**AVALIAÇÃO:** Além de contínua nas aulas haverá uma frequência de avaliação com um factor de ponderação de 70% e um trabalho subordinado a um tema da disciplina, para ser apresentado na aula e com um factor de ponderação de 30%. Os alunos que não realizarem o trabalho ficam impedidos de fazer a frequência, só sendo avaliados por exame. Para dispensar de exame os alunos terão que obter uma classificação final igual ou superior a 12 valores.

No exame os alunos dispensarão da prova oral se obtiverem uma classificação mínima de 10 valores.

**BIBLIOGRAFIA:**

1. João Calvão da Silva, “ Responsabilidade Civil do Produtor”, Almedina, Coimbra.
2. António Pinto Monteiro, “ Cláusulas Contratuais Gerais”, Almedina, Coimbra.
3. Código da Publicidade, Reis dos Livros.
4. Carlos Ferreira de Almeida, “ Os Direitos dos Consumidores”, Almedina, Coimbra.

*Paula Alexandra Cruz Silva Pinheiro*