



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

*Paula Alexandra Almeida*

## ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

### LICENCIATURA DE GESTÃO DE COMÉRCIO E SERVIÇOS

**Carga horária: 2 Horas/Semana Teóricas  
1 Hora/Semana Prática**

**Regime: Semestral**

**Ano Lectivo: 2002/2003**

**3º Ano /1º Semestre**

**Disciplina: Protecção do Consumidor**

**Docente: Equip<sup>a</sup> Assistente do 1º Triénio Paula Alexandra Almeida**

#### CAPITULO 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?

#### CAPITULO II – PROTECÇÃO DO CONSUMIDOR

1. Noção de consumidor
2. Distinção entre consumidor material e consumidor jurídico
3. Delimitação do regime de protecção do consumidor
4. Enunciação dos direitos do consumidor – A Lei 24/96. Seu alcance e natureza.

#### CAPITULO III – FONTES DO DIREITO DO CONSUMO

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

#### CAPITULO 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 do estabelecimento comercial – DL 279/87 e DL 243/95.
- Os contratos à distância – Directiva 97/7/CEE de 20.5.97

## 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) O Princípio da Licidade
  - b) O Princípio da Identificabilidade
  - c) O princípio da Veracidade
  - d) O 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 por factos ilícitos
2. A responsabilidade objectiva do produtor ou fabricante – DL 383/89
3. A noção de defeito. Tipos de defeitos.
4. Danos indemnizáveis

## CAPÍTULO VIII – MEIOS PROCESSUAIS DE DEFESA DO CONSUMIDOR

1. O recurso aos novos meios extrajudiciais
  - a. O Provedor de cliente
  - b. As Comissões de mediação e conciliação
2. O recurso à arbitragem e exercício dos Centros de Arbitragem
3. Os Meios Judiciais.

**AVALIAÇÃO** : Além de contínua nas aulas, haverá uma frequência escrita. Os alunos só dispensarão de exame se obtiverem a nota mínima de 12 valores na frequência.

Nos exames dispensarão da oral se obtiverem a nota mínima de 10 valores na escrita. Para admissão à prova oral será necessária a nota mínima de 8 valores na prova escrita.

**BIBLIOGRAFIA:**

1. João Calvão da silva, “ Responsabilidade do produtor”, Almedina, Coimbra.
2. António Pinto Monteiro, “Clausulas Contratuais Gerais”, Almedina, Coimbra
3. Código da Publicidade
4. Carlos Ferreira de Almeida, “Os Direitos dos Consumidores”, Almedina, Coimbra.

*Paula Alexandra Cruz Silva Pinheiro*