

CURSO DE LICENCIATURA EM MARKETING FARMACÊUTICO

Unidade curricular:

Marketing e Saúde

Curricular Unit:

Marketing e Saúde

Docente responsável (preencher o nome completo):

Responsible academic staff member (fill in the fullname):

Célia Iria Alves da Silva

Objectivos da unidade curricular e competências a desenvolver (1000 caracteres);

Conhecer o mercado da saúde em geral e o mercado farmacêutico em particular.

Compreender as especificidades dos mercados da saúde e farmacêutico.

Interpretar as particularidades do setor da saúde e aplicar a este as principais variáveis do marketing.

Aplicar os conhecimentos teóricos a uma situação real.

Objectives of the curricular unit and competences to be developed (1000 caracteres)

Know the healthcare market and pharmaceutical market in particular.

Understand the specificities of the healthcare and pharmaceutical markets.

Interpret the peculiarities of the healthcare marketing and apply to this key marketing variables.

Apply theoretical knowledge to a real situation.

Conteúdos programáticos (1000 caracteres):

1. Mercado da Saúde
2. Mercado Farmacêutico
3. A análise SWOT em Saúde
4. Especialidades dos Clientes no setor da Saúde
5. Estratégias de atuação: Segmentação, posicionamento e Targeting
6. Definição de preços
7. Distribuição farmacêutica
8. Promoção
9. Plano de marketing em empresas do setor da Saúde: Farmácia e IF
10. Marketing internacional na IF
11. Marketing de serviços de saúde

Syllabus (1000 caracteres)

1. Healthcare Market
2. Pharmaceutical Market
3. Healthcare SWOT analysis
4. The variety of healthcare customers
5. Segmenting healthcare market, Targeting and Positioning
6. Pricing
7. Pharmaceutical distribution system
8. Promotion (Marketing communication)
9. Marketing planning in healthcare: Pharmacy and PI
10. International marketing in PI
11. Healthcare Marketing services

Referências bibliográficas (máximo três títulos):

Thomas, Richard K.; Marketing Health Services, Health Administration Press, Chicago, AUPHA Press, Arlington, VA., 2004. ISBN: ISBN-13: 978-156793234-8; ISBN-10: 156793234-7

Pharmaceutical Marketing – Principles, Environment and Practice; Mickey C. Smith; E. M. “Mick” Kolassa; Greg Perkins; Bruce Siecker; PPP Pharmaceutical Products Press An Imprint of the Haworth Press, Inc. New York – London – Oxford, 2000

O regente (data e assinatura):