

EDITAL

Microcredenciação em Marketing Digital em Farmácia

1ª Edição

Nos termos do Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de fevereiro, do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março e sucessivas alterações, e demais legislação aplicável, e no cumprimento do Regulamento de Cursos não Conferentes de Grau do Instituto Politécnico de Coimbra - Despacho n.º 5051/2017 de 26 de abril de 2017, publicado no Diário da República, 2ª Série, n.º 109, de 06 de junho de 2017, faz-se saber que está aberto concurso de acesso à Microcredenciação em Marketing Digital em Farmácia, o qual se rege pelas seguintes disposições:

1. A microcredenciação está desenhada de modo a incentivar os estudantes a prosseguir os seus estudos numa área inovadora e pouco explorada em neurociência, e a aplicar posteriormente os conhecimentos de forma translacional.

O curso de Microcredenciação será constituído por uma unidade curricular com 20 horas de ensino e-learning, correspondente a 2 ECTS.

Área científica predominante: Farmácia, com a classificação das áreas de educação e formação (CNAEF) 727 – Ciências Farmacêuticas, de acordo com a Portaria n.º 256/2005 de 16 de março.

2. A estrutura curricular, o plano de estudos e a unidade curricular, ECTS, são as constantes do Anexo I do presente Edital.
3. Podem candidatar-se à presente microcredenciação os estudantes do 4º ano do curso de Licenciatura em Farmácia da Escola Superior de Tecnologia da Saúde de Coimbra (ESTeSC-IPC), bem como os detentores do grau de licenciado em Farmácia que sejam estudantes de curso de Mestrado ministrados pela ESTeSC-IPC.

4. Os candidatos que reúnam as condições expressas no número anterior são admitidos e a seriação será realizada através da data/hora da validação/pagamento da candidatura, sendo colocados os candidatos até ao número limite de vagas.
5. As candidaturas decorrem exclusivamente on-line, devendo ser submetidas em <https://infoestudante.ipc.pt/>, acompanhado da digitalização (formato pdf) dos seguintes documentos:
- a) Cartão de Cidadão ou Bilhete de Identidade e Número de Identificação Fiscal ou Passaporte (terá de escrever no documento que a entrega apenas se destina para confirmação de informação na ESTeSC, caso não pretenda anexar a informação deverá entrar em contacto com os serviços académicos da ESTeSC);
 - b) Outros documentos relevantes para o processo de candidatura, nomeadamente documento comprovativo da licenciatura em Farmácia para os estudantes de Mestrado ministrados pela ESTeSC-IPC.

No final do processo o candidato deverá imprimir/visualizar o pagamento dos emolumentos associados à sua candidatura e o comprovativo da sua candidatura. A candidatura só será válida após o pagamento da taxa de candidatura até ao último dia de candidatura.

6. Os prazos são os seguintes:
- Candidatura: até 29 janeiro de 2026;
 - Afixação da lista de admissão e provisória seriada de colocação: 30 de janeiro de 2026;
 - Reclamações: até 2 fevereiro de 2026;
 - Decisão sobre reclamações/lista final seriada de colocação: 3 fevereiro de 2026;
 - Matrícula e inscrição (exclusivamente on-line): 4 de fevereiro de 2026.
7. Os candidatos colocados devem proceder à matrícula e inscrição (exclusivamente on-line) em <https://infoestudante.ipc.pt/>, no prazo estabelecido no presente Edital.
- Em caso de desistência expressa da matrícula e inscrição, ou de não comparência para realização da mesma, a ESTeSC convoca, no prazo de 5 dias após o termo do período de matrícula e inscrição, os candidatos constantes da lista seriada, pela ordem

aí indicada. Estes têm prazo improrrogável de 3 dias, após a receção da notificação, para procederem à matrícula e inscrição.

A anulação da matrícula/inscrição implica o pagamento da propina na íntegra.

8. Fixa-se em 38 o número de vagas colocadas a concurso.
9. A Microcredenciação funcionará com um número mínimo de 15 estudantes. Em caso de não existir um número mínimo de estudantes para a abertura da Microcredenciação são devolvidos os emolumentos a todos os estudantes que efetivarem a sua matrícula/inscrição.
10. O curso de Microcredenciação ocorrerá de 6 a 28 de fevereiro de 2026, em regime *e-learning* e em horário pós-laboral, de acordo com o Cronograma Escolar proposto pelo Coordenador de Curso, a aprovar pelo Presidente da ESTeSC, que será divulgado, antes do início das aulas.
11. São devidos os seguintes emolumentos e propinas:
 - Taxa de candidatura: 25 €
 - Taxa de matrícula: 25,00 €
 - Propina: 200,00 € (O pagamento da propina vence no 28 de fevereiro de 2026)
12. Aos candidatos colocados que realizem a matrícula e inscrição, que cumpram o estabelecido no Regulamento de Apoios e Bolsas ao Abrigo do Projeto Impulsionar as Pessoas e o Território, Despacho n.º 11289/2022, publicado em Diário da República, 2.ª série, N.º 182 de 20 de setembro de 2022, alterado pelo Despacho n.º 12369/2023, publicado em Diário da República, 2.ª série, N.º 233 de 4 de dezembro de 2023, será atribuída uma bolsa no valor da propina.
13. A frequência da unidade curricular é obrigatória, estando sujeita a um limite de faltas que não pode exceder 10% das horas definidas na unidade curricular. O estudante que ultrapasse o limite de faltas não poderá ser sujeito à avaliação da unidade curricular.

A avaliação de conhecimentos na unidade curricular do curso de Microcredenciação em Marketing Digital em Farmácia tem carácter individual e será efetuada de acordo

com as regras comunicadas ao estudante, pelos docentes, no início da unidade curricular.

Considera-se aprovado numa unidade curricular o estudante que, tendo sido admitido a avaliação, tenha obtido nota final igual ou superior a dez valores.

14. A classificação final do curso de Microcredenciação em Marketing Digital em Farmácia corresponderá à classificação obtida na UC que integra o plano de estudos.

15. A atribuição de um certificado de conclusão da Microcredenciação em Marketing Digital em Farmácia será concretizada pela Escola Superior de Tecnologia da Saúde de Coimbra do Instituto Politécnico de Coimbra, mediante a aprovação da unidade curricular do curso.

16. Júri:

Presidente: Ana Paula Gomes Fonseca (Coordenadora do Curso)

Vogal: Rui Santos Cruz

Vogal: Zelia Rosa da Silva Barbosa Moreira

17. As dúvidas de interpretação e os casos omissos serão decididos pelo Presidente da ESTeSC, ouvida a Coordenação do Curso.

O Vice-Presidente da Escola Superior de Tecnologia da Saúde de Coimbra

Anexo I

Plano de estudos e conteúdos programáticos, com indicação da duração do curso, horas totais e horas de contacto, respetivos créditos ECTS e Áreas Científicas

Áreas Científicas: Marketing Digital em Farmácia (FARM).

Tabela 1 – Plano de estudos da Microcredenciação em Marketing Digital em Farmácia

Unidades Curriculares	Horas Contacto	Horas trabalho totais	ECTS	Área Científica
Marketing Digital em Farmácia	20TP	53	2	FARM
TOTAL	20	53	2	

Conteúdos programáticos

Marketing Digital em Farmácia

1. Introdução ao Marketing Digital

Introduz os conceitos fundamentais do marketing digital aplicados ao contexto da saúde, explorando as novas dinâmicas de comunicação e os desafios éticos na presença digital das farmácias e profissionais de saúde.

Aulas Teórico-práticas (3 horas)

- 1.1. Conceitos fundamentais de marketing digital
- 1.2. Tendências e comportamento do consumidor em saúde
- 1.3. O papel da farmácia comunitária na era digital
- 1.4. Ética e regulamentação da comunicação em saúde online

2. Estratégia e Planeamento Digital

Desenvolve competências de planeamento e definição de estratégias digitais eficazes, orientadas para objetivos mensuráveis e adequadas ao posicionamento e reputação das organizações de saúde.

Aulas Teórico-práticas (5 horas)

- 2.1. Planeamento estratégico de campanhas digitais
- 2.2. Segmentação e posicionamento em marketing digital
- 2.3. Definição de objetivos e indicadores de desempenho (KPIs)
- 2.4. Gestão de marca e reputação online

3. Redes Sociais

Apresenta as principais ferramentas e plataformas digitais utilizadas na promoção de serviços e produtos de saúde, capacitando os participantes para gerir a sua presença online de forma profissional e regulada.

Aulas Teórico-práticas (5 horas)

3.1. Redes sociais (Facebook, Instagram, LinkedIn) – boas práticas e exemplos no setor da saúde

3.2. Email marketing e comunicação personalizada com utentes

3.3. Marketing de conteúdos e storytelling em saúde

3.4. SEO e otimização de websites de farmácia

3.5. Gestão de anúncios pagos e métricas de performance

4. Comunicação com o Utente e Literacia em Saúde

Foca-se na importância da comunicação digital como instrumento de proximidade e de promoção da literacia em saúde, incentivando práticas de comunicação ética, acessível e centrada no utente.

Aulas Teórico-práticas (3 horas)

4.1. Princípios da comunicação eficaz em saúde

4.2. Estratégias para promover literacia em saúde e adesão terapêutica

4.3. Criação de campanhas digitais educativas

5. Transformação Digital e Inovação no Setor Farmacêutico

Explora as tendências e oportunidades da transformação digital no setor farmacêutico, com enfoque na inovação tecnológica, novos modelos de negócio e adaptação às exigências do mercado digital em saúde.

Aulas Teórico-práticas (4 horas)

5.1. Tendências de transformação digital em farmácia e saúde

5.2. E-commerce e serviços digitais farmacêuticos

5.3. Inteligência artificial e automação

5.4. Boas práticas e estudos de caso nacionais e internacionais