

REGULAMENTO DA MICROCREDENCIAÇÃO EM MARKETING DIGITAL EM FARMÁCIA

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES GERAIS

Artigo 1.º

Enquadramento jurídico

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, é criado o curso de Microcredenciação em Marketing Digital em Farmácia.

Artigo 2.º

Âmbito de aplicação

O presente Regulamento aplica-se à Microcredenciação em Marketing Digital em Farmácia, ministrada na Escola Superior de Tecnologia da Saúde de Coimbra do Instituto Politécnico de Coimbra (ESTeSC-IPC).

Artigo 3.º

Justificação

A microcredenciação está desenhada de modo a incentivar os estudantes a prosseguir os seus estudos numa área inovadora no Marketing Digital em Farmácia, e a aplicar posteriormente os conhecimentos de forma translacional.

CAPÍTULO II
ESTRUTURA E ACESSO

Artigo 4.º

Estrutura do curso

- 1** - O curso contempla 2 ECTS e uma duração de 20 horas.
- 2** - 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.
- 3** - O curso é composto por uma unidade curricular (UC), assente num modelo de formação com uma vertente teórico-prática.

Artigo 5.º

Organização e estrutura curricular

A estrutura curricular, plano de estudos e créditos ECTS da Microcredenciação são as constantes do Anexo I ao presente regulamento e que dele faz parte integrante.

Artigo 6.º

Acesso ao ciclo de estudos

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.

Artigo 7.º

Creditação

Os procedimentos de creditação de competências enquadram-se no sistema europeu de acumulação e transferência de créditos e estabelecem-se nos termos da legislação e regulamentos em vigor, nomeadamente do Regulamento de Creditação do IPC.

Artigo 8.º

Limitações quantitativas

- 1 - O número de vagas, definição de contingentes e os prazos de candidatura para a matrícula e inscrição serão afixados anualmente pelo Presidente da ESTeSC, e divulgados em Edital.
- 2 - A Microcredenciação só entrará em funcionamento com um número mínimo de quinze participantes.

Artigo 9.º

Calendário académico

O cronograma será aprovado pelo Presidente da ESTeSC, sob proposta da Coordenação do Curso.

**CAPÍTULO III
SELEÇÃO E SERIAÇÃO**

Artigo 10.º

Apresentação de candidaturas

As candidaturas são efetuadas conforme fixado em Edital.

Artigo 11.º

Seleção, classificação e seriação dos candidatos

- 1** - O Júri de seleção e seriação é nomeado pelo Conselho Técnico-Científico da ESTeSC.
- 2** - Compete ao Júri de seleção e seriação proceder à seleção, classificação e seriação de acordo com o ponto seguinte.
- 3** - Os candidatos que reúnam as condições expressas no artigo 6º 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.

CAPÍTULO IV

MATRÍCULA E INSCRIÇÃO

Artigo 12.º

Matrículas e inscrições

- 1** - Os candidatos colocados devem proceder à matrícula e inscrição nos Serviços Académicos da ESTeSC, no prazo e condições fixados no Edital.
- 2** - 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 úteis após o termo do período de matrícula e inscrição, os candidatos constantes da lista seriada, pela ordem aí indicada.
- 3** - Os candidatos a que se refere o número anterior têm um prazo improrrogável de 3 dias úteis, após a receção da notificação, para procederem à matrícula e inscrição.
- 4** - A decisão de admissão apenas produz efeito para o ano letivo a que se refere o início do curso.

Artigo 13.º

Taxas de candidatura, de matrícula e de inscrição

- 1** - Pela inscrição no curso são devidas:
 - a) Uma taxa de candidatura;
 - b) Uma taxa de matrícula;
 - c) Propinas.
- 2** - O estudante pode desistir do curso em que se inscreveu em qualquer momento desde que a desistência

seja feita em formulário próprio, enviado ao Presidente da ESTeSC.

3 - A desistência de estudos não desobriga o estudante do pagamento das prestações devidas a título de propina e de emolumentos, dos quais se constitui devedor no ato de inscrição.

CAPÍTULO V

GESTÃO DO CICLO DE ESTUDOS

Artigo 14.º

Coordenador do Curso

A coordenação do curso será assegurada por um coordenador do curso, nomeado pelo Presidente da ESTeSC, sob parecer do Conselho Técnico-Científico.

Artigo 15.º

Competências da Coordenação do Curso

Compete à coordenação do curso, sem prejuízo do n.º 2 do artigo 18.º deste regulamento:

- a) Despachar os assuntos correntes;
- b) Assegurar a gestão corrente do curso;
- c) Promover a coordenação entre unidades curriculares e outras atividades do curso;
- d) Acompanhar o desenvolvimento do curso e propor eventuais correções.

Artigo 16.º

Certificado

Aos estudantes que completem com sucesso a unidade curricular constante do plano curricular, será atribuído um certificado do curso da Microcredenciação em Marketing Digital em Farmácia com menção da classificação final obtida.

CAPÍTULO VI

NORMAS REGULAMENTARES

Artigo 17.º

Regimes de funcionamento e avaliação

- 1** - O funcionamento da Microcredenciação ocorre em regime pós-laboral.
- 2** - As aulas da Microcredenciação decorrerão em regime de e-learning.

3 - A frequência do curso 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.

4- A avaliação de conhecimentos na unidade curricular tem carácter individual e será efetuada de acordo com as regras comunicadas ao estudante, pelos docentes, na primeira aula da unidade curricular.

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

6 - A classificação final do curso de Microcredenciação em Marketing Digital em Farmácia é a classificação obtida na UC que integra o plano de estudos.

Artigo 18.º

Acompanhamento pelos órgãos científico e pedagógico

1 - A direção, a coordenação e a avaliação da Microcredenciação são acompanhadas pelo Conselho Técnico-Científico e pelo Conselho Pedagógico da ESTeSC.

2 - Ao Conselho Técnico-Científico e ao Conselho Pedagógico da ESTeSC compete estabelecer as atribuições e competências do coordenador do curso.

CAPÍTULO VII

DISPOSIÇÕES FINAIS

Artigo 19.º

Casos omissos

Os casos omissos no presente regulamento serão decididos pelo Presidente da ESTeSC, considerando a legislação aplicável e ouvida a Coordenação do Curso e outros órgãos competentes da ESTeSC, sempre que aplicável.

Artigo 20.º

Entrada em vigor

O presente regulamento entra em vigor na data de homologação pelo Presidente da ESTeSC.

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: Farmácia (FAR).

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

Ficha Técnica

Título

REG4_02.80 – REGULAMENTO DA MICROCREDENCIAÇÃO EM MARKETING DIGITAL EM FARMÁCIA DA ESTeSC

Emissor

Unidade Científico-Pedagógica de Farmácia – ESTESC

Versão 00

Aprovado por

Conselho Técnico-Científico

Data de Aprovação

17.dezembro de 2025

Homologado por

Presidente da ESTeSC

Data da Homologação

janeiro.2026

©2020, POLITÉCNICO DE COIMBRA



www.ipc.pt

www.estesc.ipc.pt

<https://sigq.ipc.pt>

qualidade@ipc.pt