Escola Superior
de Tecnologia
da Saúde
Universidade Politécnica de Coimbra

Assinado por: **Graciano do Nascimento Nobre Paulo**
Num. de Identificação: 07746242

CHAVE MÓVEL

REGULAMENTO ACADÉMICO DA MICROCREDENCIAÇÃO EM MARKETING DIGITAL EM FARMÁCIA DA ESTeSC

Sob proposta e aprovação da Coordenação do Curso de Microcredenciação em Marketing Digital em Farmácia e após deliberação do Conselho Técnico-Científico da ESTeSC, aprovam-se as seguintes alterações do Regulamento Académico da Microcredenciação em Marketing Digital em Farmácia:

1 – São alterados os artigos 3.º, 6.º, 11.º e os Conteúdos Programáticos do Anexo I que passam a ter a seguinte redação:

Artigo 3.º

(...)

A criação de uma Microcredenciação em Marketing Digital em Farmácia responde à necessidade de dotar os profissionais de farmácia e saúde de ferramentas práticas e atualizadas que lhes permitam comunicar eficazmente com o público, promover serviços e produtos de forma ética e científica, e contribuir para a literacia em saúde da comunidade.

Esta formação permitirá capacitar os profissionais de farmácia e de saúde para utilizarem as plataformas digitais como instrumentos de promoção da saúde e de fidelização de utentes. De igual modo, permitirá promover boas práticas de comunicação em conformidade com as normas éticas e regulamentares do setor farmacêutico. Por último, pretende-se incentivar a inovação e o empreendedorismo digital em contexto farmacêutico, contribuindo para o desenvolvimento sustentável das instituições e para o reforço da confiança dos cidadãos no sistema de saúde.

Artigo 6.º

(...)

Podem candidatar-se à matrícula e inscrição na presente Microcredenciação em Marketing Digital em Farmácia, os candidatos que reúnam pelo menos uma das seguintes condições:

- Titulares do grau de licenciatura nas áreas da Farmácia, das Ciências Farmacêuticas ou das Ciências da Saúde, com ou sem experiência profissional no setor;
- Estudantes inscritos nos cursos de Licenciatura ou Mestrado na área de Farmácia, das Ciências Farmacêuticas ou das Ciências da Saúde.

Artigo 11.º

(...)

1 – (...)

2 – (...)

3 - Os candidatos que reúnam as condições do artigo 6.º são seriados e selecionados tendo em conta a aplicação dos seguintes critérios:

33 vagas para candidatos titulares do grau de licenciatura nas áreas da Farmácia, das Ciências Farmacêuticas ou das Ciências da Saúde, com ou sem experiência profissional no setor:

Os candidatos admitidos a concurso serão ordenados, numa escala de 0 a 20 valores arredondada às centésimas, tendo em consideração a classificação obtida pela aplicação da seguinte fórmula:

$$CF=0,3\ CL + 0,4\ CAC + 0,3\ CP$$

Em que:

CF – classificação final;

CL - representa a classificação atribuída na escala de 10 a 20 valores no âmbito da formação superior:

I. Doutoramento – 20 valores;
II. Mestrado – 15 valores;
III. Pós-Graduação – 12 valores
IV. Licenciatura – 10 valores.

CAC - representa a classificação atribuída na escala de 0 a 20 valores, ao currículo académico e científico:

I. Publicações em artigo ou capítulo de livro – 2 valores (cada) até ao máximo de 6 valores;
II. Publicações em comunicação oral – 1 valor (cada) até ao máximo de 5 valores;
III. Publicações em poster – 0,5 valores (cada) até ao máximo de 4 valores;
IV. Formação (mais de 10 horas) – 1 valor (cada) até ao máximo de 5 valores.

CP – representa a classificação atribuída na escala de 0 a 20 valores, ao currículo profissional:

I. De 0 a 3 anos – 4 valores;
II. De 3 a 8 anos – 8 valores;
III. De 8 a 16 anos – 12 valores;
IV. De 16 a 24 anos – 16 valores;
V. Mais de 24 anos – 20 valores.

Quando duas candidaturas obtenham a mesma classificação, o critério de desempate a aplicar será a classificação obtida no critério CL, correspondente à classificação da licenciatura.

7 vagas para candidatos estudantes inscritos nos cursos de Licenciatura ou Mestrado na área de Farmácia, das Ciências Farmacêuticas ou das Ciências da Saúde:

Os candidatos são admitidos a concurso e seriados, numa escala de 0 a 20 valores, tendo em consideração a média aritmética ponderada das classificações das unidades curriculares concluídas do curso (Licenciatura ou Mestrado) à data da candidatura.

Quando duas candidaturas obtenham a mesma classificação, o critério de desempate a aplicar será o seguinte:

1. Número de ECTS concluídos no ciclo de estudo, à data da candidatura.

4 - Fixa-se em 40 o número de vagas colocadas a concurso:

- 33 vagas para candidatos titulares do grau de licenciatura nas áreas da Farmácia, das Ciências Farmacêuticas ou das Ciências da Saúde, com ou sem experiência profissional no setor;
- 7 vagas para candidatos estudantes inscritos nos cursos de Licenciatura ou Mestrado na área de Farmácia, das Ciências Farmacêuticas ou das Ciências da Saúde.

5 - Caso não sejam preenchidas as vagas fixadas para cada um dos contingentes, as vagas sobrantes podem ser transferidas para outro contingente onde o número de candidatos seja superior ao das vagas fixadas.

6 - As reclamações relativas aos processos da seleção, classificação e seriação dos candidatos são apreciadas e decididas pelo Júri de seleção e seriação.

Conteúdos programáticos

1. Introdução ao Marketing Digital

Aulas Teórico-práticas (3 horas)

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.

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

Aulas Teórico-práticas (5 horas)

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

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. Ferramentas e Plataformas Digitais

Aulas Teórico-práticas (5 horas)

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.

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

Aulas Teórico-práticas (3 horas)

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.

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

Aulas Teórico-práticas (4 horas)

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.

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.

2 – Procede-se à republicação do Regulamento Académico 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 da Universidade Politécnica de Coimbra - Despacho n.º 5051/2017 de 26 de abril de 2017, publicado no Diário da República, 2.ª Série, n.º 109, de 06 de junho de 2017, e com a denominação institucional atual conferida pela Lei nº 32/2026, de 20 de julho, 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 da Universidade Politécnica de Coimbra (ESTeSC-UPCoimbra)

Artigo 3.º
Justificação

A criação de uma Microcredenciação em Marketing Digital em Farmácia responde à necessidade de dotar os profissionais de farmácia e saúde de ferramentas práticas e atualizadas que lhes permitam comunicar eficazmente com o público, promover serviços e produtos de forma ética e científica, e contribuir para a literacia em saúde da comunidade.

Esta formação permitirá capacitar os profissionais de farmácia e de saúde para utilizarem as plataformas digitais como instrumentos de promoção da saúde e de fidelização de utentes. De igual modo, permitirá promover boas práticas de comunicação em conformidade com as normas éticas e regulamentares do setor farmacêutico. Por último, pretende-se incentivar a inovação e o empreendedorismo digital em contexto farmacêutico, contribuindo para o desenvolvimento sustentável das instituições e para o reforço da confiança dos cidadãos no sistema de saúde.

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 (FARM), 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 está organizado em unidades curriculares (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 matrícula e inscrição na presente Microcredenciação em Marketing Digital em Farmácia, os candidatos que reúnam pelo menos uma das seguintes condições:

- Titulares do grau de licenciatura nas áreas da Farmácia, das Ciências Farmacêuticas ou das Ciências da Saúde, com ou sem experiência profissional no setor;
- Estudantes inscritos nos cursos de Licenciatura ou Mestrado na área de Farmácia, das Ciências Farmacêuticas ou das Ciências da Saúde.

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 da UPCoimbra.

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- UPCoimbra, 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 anualmente pelo Presidente da ESTeSC- UPCoimbra, sob proposta da Coordenação do Curso de Microcredenciação.

CAPÍTULO III
SELEÇÃO E SERIAÇÃO

Artigo 10.º
Apresentação de candidaturas

As candidaturas são efetuadas conforme fixado anualmente 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- UPCoimbra.

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 do artigo 6.º são seriados e selecionados tendo em conta a aplicação dos seguintes critérios:

33 vagas para candidatos titulares do grau de licenciatura nas áreas da Farmácia, das Ciências Farmacêuticas ou das Ciências da Saúde, com ou sem experiência profissional no setor:

Os candidatos admitidos a concurso serão ordenados, numa escala de 0 a 20 valores arredondada às centésimas, tendo em consideração a classificação obtida pela aplicação da seguinte fórmula:

$$CF=0,3\ CL + 0,4\ CAC + 0,3\ CP$$

Em que:

CF – classificação final;

CL - representa a classificação atribuída na escala de 10 a 20 valores no âmbito da formação superior:

I. Doutoramento – 20 valores;
II. Mestrado – 15 valores;
III. Pós-Graduação – 12 valores
IV. Licenciatura – 10 valores.

CAC - representa a classificação atribuída na escala de 0 a 20 valores, ao currículo académico e científico:

I. Publicações em artigo ou capítulo de livro – 2 valores (cada) até ao máximo de 6 valores;
II. Publicações em comunicação oral – 1 valor (cada) até ao máximo de 5 valores;
III. Publicações em poster – 0,5 valores (cada) até ao máximo de 4 valores;
IV. Formação (mais de 10 horas) – 1 valor (cada) até ao máximo de 5 valores.

CP – representa a classificação atribuída na escala de 0 a 20 valores, ao currículo profissional:

I. De 0 a 3 anos – 4 valores;
II. De 3 a 8 anos – 8 valores;
III. De 8 a 16 anos – 12 valores;
IV. De 16 a 24 anos – 16 valores;
V. Mais de 24 anos – 20 valores.

Quando duas candidaturas obtenham a mesma classificação, o critério de desempate a aplicar será a classificação obtida no critério CL, correspondente à classificação da licenciatura.

7 vagas para candidatos estudantes inscritos nos cursos de Licenciatura ou Mestrado na área de Farmácia, das Ciências Farmacêuticas ou das Ciências da Saúde:

Os candidatos são admitidos a concurso e seriados, numa escala de 0 a 20 valores, tendo em consideração a média aritmética ponderada das classificações das unidades curriculares concluídas do curso (Licenciatura ou Mestrado) à data da candidatura.

Quando duas candidaturas obtenham a mesma classificação, o critério de desempate a aplicar será o seguinte:

1. Número de ECTS concluídos no ciclo de estudo, à data da candidatura.

4 - Fixa-se em 40 o número de vagas colocadas a concurso:

- 33 vagas para candidatos titulares do grau de licenciatura nas áreas da Farmácia, das Ciências Farmacêuticas ou das Ciências da Saúde, com ou sem experiência profissional no setor;
- 7 vagas para candidatos estudantes inscritos nos cursos de Licenciatura ou Mestrado na área de Farmácia, das Ciências Farmacêuticas ou das Ciências da Saúde.

5 - Caso não sejam preenchidas as vagas fixadas para cada um dos contingentes, as vagas sobrantes podem ser transferidas para outro contingente onde o número de candidatos seja superior ao das vagas fixadas.

6 - As reclamações relativas aos processos da seleção, classificação e seriação dos candidatos são apreciadas e decididas pelo Júri de seleção e seriação.

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-UPCoimbra, 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-UPCoimbra 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-UPCoimbra.

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-UPCoimbra, 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 de Conclusão

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 regime de funcionamento da Microcredenciação ocorre em regime pós-laboral.

2 - As aulas da Microcredenciação decorrerão em regime de *e-learning*.

3 - A frequência da UC é obrigatória, estando sujeita a um limite de faltas que não pode exceder os 10 % das horas definidas para a UC.

4 - O estudante que ultrapasse o limite de faltas não poderá ser sujeito à avaliação da UC.

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

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

7 - 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-UPCoimbra.

2 - Ao Conselho Técnico-Científico e ao Conselho Pedagógico da ESTeSC-UPCoimbra 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-UPCoimbra, considerando a legislação aplicável e ouvida a Coordenação do Curso e outros órgãos competentes da ESTeSC-UPCoimbra, sempre que aplicável.

Artigo 20.º
Entrada em vigor

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

Anexo I

(*a que se refere o artigo 5.º deste regulamento*)

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 (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	20 TP	53	2	FARM
TOTAL	**20 TP**	**53**	**2**	

Conteúdos programáticos

1. Introdução ao Marketing Digital

Aulas Teórico-práticas (3 horas)

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.

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

Aulas Teórico-práticas (5 horas)

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

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. Ferramentas e Plataformas Digitais

Aulas Teórico-práticas (5 horas)

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.

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

Aulas Teórico-práticas (3 horas)

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.

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

Aulas Teórico-práticas (4 horas)

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.

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_01 – REGULAMENTO DA MICROCREDENCIAÇÃO EM MARKETING DIGITAL EM FARMÁCIA DA ESTeSC-UPCOIMBRA

Emissor
Unidade Científico-Pedagógica de Farmácia

Versão 01
23.outubro.2026

Aprovado por
Conselho Técnico-Científico

Data de Aprovação
11.novembro.2026

Homologado por
Presidente da ESTeSC-UPCOIMBRA

Data da Homologação
novembro.2026

©2026, UNIVERSIDADE POLITÉCNICA DE COIMBRA

Escola Superior de Tecnologia da Saúde
Universidade Politécnica de Coimbra

www.UPCoimbra.pt
www.estesc.UPCoimbra.pt
https://sigq.UPCoimbra.pt
dpqai.sqa@UPCoimbra.pt