



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
CENTRO DE CIÊNCIAS DA SAÚDE  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS FARMACÊUTICAS

## PLANO DE ENSINO

**FAR07049**

**GESTÃO DE EMPRESA FARMACÊUTICA**

---

<b>Departamento:</b>	Ciências Farmacêuticas		
<b>Professor:</b>	Vanessa Beijamini Harres		
<b>Carga Horária:</b> 30 h	<b>Teórico:</b> 30 h	<b>Exercício:</b> 0 h	<b>Laboratório:</b> 0 h
<b>Curso:</b>	29 - Farmácia	<b>Versão:</b> 2008	<b>Período Ideal:</b> 7º
<b>Pré-requisito(s):</b>	FAR07033 – Farmacodinâmica I		

### **Ementa**

---

O negócio farmacêutico, a gestão de empresas farmacêuticas, empreendedorismo e a empresa farmacêutica. Gestão da Qualidade total em empresas farmacêuticas. Comunicação estratégica e aconselhamento farmacêutico. Marketing farmacêutico. Estratégias de fidelização e satisfação dos clientes. Planejamento estratégico. Boas práticas em Farmácia. Contabilidade e custos

### **Objetivos**

---

Identificar as possibilidades de negócio nas diversas áreas de atuação do farmacêutico.  
Descrever as ferramentas para implantação da qualidade total em empresas farmacêuticas.  
Diferenciar as diferentes técnicas de comunicação com a equipe e com o paciente.  
Analisar as diferentes estratégias de marketing no setor farmacêutico.  
Diferenciar as estratégias de fidelização do cliente e as formas de avaliação da satisfação dos clientes.  
Desenvolver um plano de negócios baseado em planejamento estratégico.  
Descrever as boas práticas em farmácia, incluindo gestão de estoques e gestão financeira.  
Identificar a importância do conhecimento sobre contabilidade e gestão de custos.

### **Conteúdo Programático**

---

Unidade I: O negócio farmacêutico, gestão e organização do negócio farmacêutico, empreendedorismo e viabilidade da empresa farmacêutica, Reengenharia farmacêutica

Unidade II: Gestão da qualidade total em empresas farmacêuticas, conceito de gestão, técnicas e ferramentas de gestão, implantação da qualidade total em empresas farmacêuticas, certificação e acreditação em empresas farmacêuticas

Unidade III: Comunicação estratégica e aconselhamento farmacêutico, gestão de pessoas, técnicas de comunicação interpessoal e sua importância no aconselhamento farmacêutico

Unidade IV: Marketing farmacêutico e estratégias de fidelização e satisfação dos clientes, conceito de marketing, mix de marketing, tipos de pesquisa de mercado e de satisfação dos clientes.



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
CENTRO DE CIÊNCIAS DA SAÚDE  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS FARMACÊUTICAS**

Unidade V: Planejamento estratégico, conceito e aplicações. Desenvolvimento de Plano de negócios baseado em gestão estratégica.

Unidade VI: Boas práticas em farmácia, gestão de materiais, gestão de produção, gestão de custos, gestão no setor público.

### **Procedimentos Metodológicos**

---

- Aulas Teóricas: exposição interativa com uso de recursos audiovisuais
- Dinâmicas de grupo
- discussões dirigidas
- estudo de caso
- análise de filmes
- pesquisa de campo.

### **Sistema de Avaliação**

---

- Provas escritas
- Trabalhos individuais ou em grupo
- Resolução de exercícios
- Atividades e participação nas aulas.

### **Bibliografia Básica**

---

1. NOGUEIRA, Luiz Carlos Lima. **Gerenciando Pela Qualidade Total na Saúde**. 3ª ed. São Paulo, Indg Tecnologia e Serviços Ltda, 2008.
2. CHIAVENATO, Idalberto. **Administração: teoria, processo e prática**. 4. ed. totalmente rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2007. xix, 411 p.
3. MEZOMO, João C. **Gestão da Qualidade na saúde: princípios básicos**. Barueri, SP: Manole, 2001.
4. VROOM, Victor H. **Gestão de pessoas, não de pessoal**. Campus. Rio de Janeiro, 1997.
5. CHIAVENATO, Idalberto. Recursos humanos. Ed. Atlas. São Paulo, 1997.
6. PINHEIRO, Roberto Meireles. **Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado**. 3. ed. Rio de Janeiro: Ed. da FGV, 2006. 164 p.
7. PINHEIRO, Duda.; GULLO, José. **Comunicação integrada de marketing: gestão dos elementos de comunicação, suporte às estratégias de marketing e de negócios da empresa**. São Paulo: Atlas, 2005. 209 p.
8. LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de varejo**. 2. ed. - São Paulo: Atlas, 2000. 366 p.
9. ITALIANI, Fernando; WILTEMBURG, Cláudio. **Marketing farmacêutico**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2007. xiii, 277 p.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
CENTRO DE CIÊNCIAS DA SAÚDE  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS FARMACÊUTICAS

10. BLESSA, Regina. **Merchandising farma: a farmácia do futuro**. 2ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009. 192p.
11. PINTO, Geraldo. **GESTÃO DE MATERIAIS** Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1998.
12. FARIA, Ana Cristina de; COSTA, Maria de Fatima Gameiro. **Gestão de custos logísticos: custeio baseado em atividades (ABC), balanced scorecard (BSC), valor econômico agregado (EVA)**. São Paulo: Atlas, 2005. xv, 431 p.
13. FALK, James Anthony. **Gestão de custos para hospitais: conceitos, metodologias e aplicações**. São Paulo: Atlas, 2001. 163 p.
14. **O GERENTE minuto**. Cotia, SP: SIAMAR, 2008. 1 DVD (33 min): son., color. + 1 CD-ROM + 1 Manual do instrutor.
15. **OS FUNDAMENTOS do change management**. Sao Paulo: Abril Vídeo, [199?]. 1 vídeo cassete (45 min): son., color. - (Exame vídeo )

### **Bibliografia Complementar**

---

DEMING, W. Edwards (William Edwards), **Qualidade : a revolução da administração / W. Edwards Deming** ; tradução Clave Comunicações e Recursos Humanos SC Ltda. - Rio de Janeiro : M. Saraiva, c1990

ALBRECHT, Karl. **Revolução nos serviços, como as empresas podem revolucionar a maneira de tratar os seus clientes**. - 2. ed. São Paulo : Pioneira, 1992.