



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CÂMARA DE GRADUAÇÃO

PROGRAMA ANALÍTICO

DISCIPLINA

Código: IB723	Nome: Empreendedorismo Farmacêutico
Créditos*: 02 (2T:0P)	Carga Horária: 30 horas teóricas

**Cada crédito Teórico ou Prático corresponde a 15 horas-aula*

DEPARTAMENTO DE: CIÊNCIAS FARMACÊUTICAS
INSTITUTO DE: CIÊNCIAS BIOLÓGICAS E DA SAÚDE
PROFESSOR(ES): Tácio de Mendonça Lima

OBJETIVOS:

Estimular o aluno para reflexão de ações de empreendedorismo farmacêutico e inovação bem como capacitar no desenvolvimento de projetos relevantes na área farmacêutica.

EMENTA:

- 1) Noções básicas de Empreendedorismo Farmacêutico;
- 2) Compreender as legislações vigentes sobre o tema;
- 3) Analisar oportunidades no mercado farmacêutico;
- 4) Despertar o interesse para empreender.

COMPETÊNCIAS, HABILIDADES E ATITUDES*:

1. Eixo de Gestão em Saúde
 - a. Estabelecer e avaliar planos de intervenção e processos de trabalho;
 - b. Conhecer e compreender as bases da administração e da gestão das empresas Farmacêuticas;
 - c. Selecionar, capacitar e gerenciar pessoas, visando à implantação e à otimização de projetos, processos e planos de ação.

*competências, habilidades e atitudes a serem desenvolvidas conforme resolução CES/CNE 06/2017

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Noções básicas de empreendedorismo em saúde;
2. Aspectos burocráticos no empreendedorismo em saúde;
3. Inovação em produto e em processo;
4. Modelos de negócio e negócios sociais em saúde;
5. Organização do negócio farmacêutico;
6. Comunicação estratégica e aconselhamento farmacêutico;
7. Gestão de pessoas;
8. Conceito de marketing farmacêutico;
9. Tipos de pesquisa de mercado;
10. Estratégias de fidelização e satisfação dos clientes;
11. Metas estabelecidas para o produto ou processo
12. Cenários reais para empreender

XXX. – Serão desenvolvidas atividades extensionistas de acordo com a resolução CES/CNE 07/2018

BIBLIOGRAFIA:

1. Araujo Filho GF. Empreendedorismo criativo: a nova dimensão da empregabilidade. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2007.
2. Bernadi LA. Manual do empreendedorismo e gestão – Fundamentos, Estratégias e dinâmicas. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2012.
3. Farah OE, Cavalcanti M, Marcondes LP. Empreendedorismo estratégico: criação e gestão de pequenas empresas. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
4. Italiani F, Wiltemburg C. Marketing farmacêutico. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2007.
5. Pinheiro D, Gullo J. Comunicação integrada de marketing: gestão dos elementos de comunicação, suporte às estratégias de marketing e de negócios da empresa. São Paulo: Atlas, 2005.
6. Vroom VH. Gestão de pessoas, não de pessoal. Campus. Rio de Janeiro, 1997.