

ESTRATÉGIAS DE MARKETING APLICADAS À FARMÁCIA UNIVERSITÁRIA IRMÃ DULCE DO CENTRO UNIVERSITÁRIO CATÓLICA DE QUIXADÁ

Camila Raquel Alves Pereira¹; Karla Bruna Nogueira Torres Barros²; Leina Mércia de Oliveira Vasconcelos²; Carla Patrícia de Almeida Oliveira²

¹Discente do Curso de Farmácia do Centro Universitário Católica de Quixadá.

E-mail: camila.raquel@yahoo.com.br

²Docente do curso de Farmácia do Centro Universitário Católica de Quixadá.

E-mail: c.carlafarma@hotmail.com

RESUMO

O marketing é considerado uma das áreas extremamente abrangentes e seu significado pode gerar muitas dúvidas, porém, atua como ferramenta fundamental e indispensável para o sucesso dos negócios e o bom relacionamento entre empresa e consumidor. “Farmácia Comunitária” trata-se de estabelecimentos farmacêuticos não hospitalares e não ambulatoriais que recebem à comunidade. No ramo da saúde em específico das ciências farmacêuticas, envolve variáveis de peso como a comunicação adequada. Diante disso este estudo tem como objetivo desenvolver estratégias de marketing e aplica-las a favor de uma Farmácia Universitária de uma Instituição de Ensino Superior (IES) do município de Quixadá-CE. O presente trabalho caracteriza-se como uma pesquisa aplicada de caráter transversal e abordagem descritiva. Sendo assim, se fará uso da técnica de coleta de dados através de um questionário semiestruturado com os acadêmicos a fim de obter informações sobre seu grau de conhecimento sobre os serviços de farmácia da instituição. A amostragem será composta pelo primeiro e último semestre dos cursos da saúde, no período de 2018 a 2019. Os resultados obtidos do questionário será ferramenta para corroborar com a justificativa do estudo.

Palavras-chave: Farmácia universitária. Farmácia escola. Estratégias de marketing.