

---

**Ano Letivo** 2020-21

---

**Unidade Curricular** COMUNICAÇÃO E ACONSELHAMENTO EM FARMÁCIA

---

**Cursos** FARMÁCIA (1.º ciclo)

---

**Unidade Orgânica** Escola Superior de Saúde

---

**Código da Unidade Curricular** 15201126

---

**Área Científica** FARMÁCIA

---

**Sigla**

---

**Línguas de Aprendizagem** Português-PT

---

**Modalidade de ensino** Presencial

---

**Docente Responsável** Vera Lúcia Assunção Ferreira Galinha

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Vera Lúcia Assunção Ferreira Galinha	T; TP	T1; TP1; TP2; TP3	16T; 66TP
Susana Filipa Viegas Rodrigues	T; TP	T1; TP1; TP2; TP3	14T; 33TP
Telmo Nuno Fernandes da Silva	TP	TP1; TP2; TP3	12TP

\* Para turmas lecionadas conjuntamente, apenas é contabilizada a carga horária de uma delas.

ANO	PERÍODO DE FUNCIONAMENTO*	HORAS DE CONTACTO	HORAS TOTAIS DE TRABALHO	ECTS
3º	S2	30T; 45TP	182	6.5

\* A-Anual;S-Semestral;Q-Quadrimestral;T-Trimestral

#### Precedências

Sem precedências

#### Conhecimentos Prévios recomendados

Farmacologia;

Farmacoterapia;

Áreas de intervenção em farmácia

#### Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

Os alunos devem: adquirir conhecimentos e desenvolver competências acerca da comunicação interpessoal em contexto de Farmácia Comunitária, de modo a puderem aconselhar os pacientes da maneira mais correta atendendo sempre ao uso racional dos medicamentos; desenvolver competências de confiança, empatia e responsabilidade pelo outro; conhecer os mecanismos de alteração de comportamento e de estratégias de comunicação para melhorar a adesão aos cuidados de saúde; conhecer os modelos de dispensa e aconselhamento dos diferentes medicamentos, conseguindo prestar as melhores recomendações aos pacientes relativamente aos medicamentos prescritos ou solicitados; reconhecer situações de stress e conflito em Farmácia, identificando pensamentos e emoções associados a essas situações, de modo a gerir possíveis situações. Os alunos devem desenvolver competências práticas no contexto do marketing em qualquer área de atuação.

---

### Conteúdos programáticos

1. Conceito de comunicação. 2. O Processo e Dimensões da Comunicação: linguagem verbal, não-verbal, para-linguística e proxémica. 3. Comunicação e eficácia: barreiras à comunicação; comunicação defensiva; comunicação pedagógica. 4. Comportamento e desenvolvimento do EU: Resiliência, autoconceito, autoestima, autoconfiança. 5. Empatia. 6. Estilos de comunicação: agressivo, passivo, manipulador, assertivo. Comunicação assertiva. 7. Mudança de comportamento: inteligência emocional; reestruturação cognitiva; modelo PRECEDE; estratégias de mudança. 8. Gestão de conflitos: tipos de conflitos; formas de gerir conflitos; Critério da inteligência de Carlo Cipolla; capacidades para gerir conflitos. 9. Relação terapêutica e cuidado centrado no paciente: ética do cuidar; autenticidade, compromisso, confiança e respeito. 10. Comunicação com outros profissionais de saúde. 11. Indicação, aconselhamento e dispensa: modelos de atuação (MSRM, MNSRM, MNSRM\_EF). 12. Marketing Farmacêutico: contexto real.

---

### Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Serão expostos os conteúdos programáticos teóricos, por recurso a meios informáticos e audiovisuais. Nas aulas teórico-práticas (TP) serão realizados treinos de competências em situações simuladas (role-play), bem como atividades de promoção de competências. A avaliação consistirá na realização de 1 teste escrito sobre a matéria lecionada nas aulas teóricas, na realização de 2 atividades práticas sujeitas a avaliação: dispensa de medicamentos em contexto de farmácia comunitária: dispensa de MSRM (atividade 1) e dispensa de MNSRM (atividade 2) e na elaboração de um trabalho no âmbito do marketing. A classificação final (CF) será calculada através da fórmula:  $CF = 0.30(\text{teste}) + 0.25(\text{atividade 1}) + 0.25(\text{atividade 2}) + 0.2(\text{trabalho marketing})$  (apresentação e discussão). A aprovação na unidade curricular requer uma classificação mínima de 9.5 valores em qualquer componente de avaliação e presença mínima obrigatória de 80% nas aulas TP. Os alunos que não cumprirem este requisito serão considerados reprovados.

---

### Bibliografia principal

Beardsley, R., Kimberlin, C.L., Tindall, W.N. (2008). *Communication Skills in Pharmacy Practice: A Practical Guide for Students and Practitioners* (5th ed.). Lippincott Williams & Wilkins

Berger, B. (2009). *Communication Skills for Pharmacists: Building Relationships, Improving Patient Care* (3rd ed.). American Pharmacists Association.

Ecclestone, B.M. (1998). *Careers in pharmacy*. London: Pharmaceutical Press.

Fachada, M.O. (2005). *Psicologia das Relações Interpessoais* (1º Vol). Lisboa: Ed. Rumo.

Thompson, J.E. (2003). *A Practical Guide to Contemporary Pharmacy Practice* (2nd ed.). Lippincott Williams & Wilkins

Academic Year 2020-21

Course unit PHARMACEUTICAL COMMUNICATIONS AND COUNSELLING

Courses PHARMACY

Faculty / School SCHOOL OF HEALTH

Main Scientific Area

Acronym

Language of instruction Portuguese-PT

Teaching/Learning modality Presential

Coordinating teacher Vera Lúcia Assunção Ferreira Galinha

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Vera Lúcia Assunção Ferreira Galinha	T; TP	T1; TP1; TP2; TP3	16T; 66TP
Susana Filipa Viegas Rodrigues	T; TP	T1; TP1; TP2; TP3	14T; 33TP
Telmo Nuno Fernandes da Silva	TP	TP1; TP2; TP3	12TP

\* For classes taught jointly, it is only accounted the workload of one.

### Contact hours

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
30	45	0	0	0	0	0	0	182

T - Theoretical; TP - Theoretical and practical ; PL - Practical and laboratorial; TC - Field Work; S - Seminar; E - Training; OT - Tutorial; O - Other

### Pre-requisites

no pre-requisites

### Prior knowledge and skills

Pharmacology;

Pharmacotherapy;

Areas of intervention in Pharmacy

### The students intended learning outcomes (knowledge, skills and competences)

Students should: acquire knowledge and develop skills about interpersonal communication in the context of community pharmacy, in order to properly advise patients, considering always the rational use of medicines; develop confidence skills, empathy and responsibility for others; know behaviour change techniques communication strategies to improve adherence to health care; know the models of medication dispensing in order to provide the proper recommendations to patients; recognize stressful and conflict situations in pharmacy, identifying thoughts and emotions associated with such situations, in order to manage these possible scenarios. Students should develop practical skills in the context of marketing in any field.

### Syllabus

1. Communication concept. 2. Process and Communication dimensions: verbal, non-verbal, para-linguistic and proxemics. 3. Communication and efficacy: communication barriers; defensive communication; pedagogical communication. 4. Behaviour and personality development: Resilience, self-concept, self-esteem, self-confidence. 5. Empathy. 6. Communication styles: aggressive, passive, manipulative, assertive. Assertive communication. 7. Behaviour change techniques: emotional intelligence; cognitive restructuring; PRECEDE model; change strategies. 8. Conflict management: types of conflicts; ways to manage conflict; intelligence criteria of Carlo Cipolla; conflict management skills. 9. Therapeutic relationship and patient-centered care: ethics of care; authenticity, commitment, trust and respect. 9. Communication with other health professionals. 10. Indication, counselling and dispensation: role models (prescription and non-prescription medication). 12. Pharmaceutical Marketing: real context.

---

### Teaching methodologies (including evaluation)

The theoretical content will be exposed, using computer and audiovisual media. In the theoretical-practical classes (TP) will be carried out training of competences in simulated situations (role-play), as well as activities of promotion of competences. The evaluation will consist of 1 written test on the subject taught in theoretical classes, 2 practical activities subject to evaluation: dispensing of medicines in the context of community pharmacy - exemption of M S R M (activity 1) and exemption of MNSRM (activity 2) and in the elaboration of a work in the field of marketing. The final classification (CF) will be calculated using the formula:  $CF = 0.30 \text{ (test)} + 0.25 \text{ (activity 1)} + 0.25 \text{ (activity 2)} + 0.2 \text{ marketing work (presentation and discussion)}$ . The approval in the curricular unit requires a minimum classification of 9.5 values in any evaluation component and the mandatory minimum presence of 80% in the TP classes. Students who do not meet this requirement will be deemed to have failed

---

### Main Bibliography

Beardsley, R., Kimberlin, C.L., Tindall, W.N. (2008). Communication Skills in Pharmacy Practice: A Practical Guide for Students and Practitioners (5 th ed.). Lippincott Williams & Wilkins

Berger, B. (2009). Communication Skills for Pharmacists: Building Relationships, Improving Patient Care (3rd ed.). American Pharmacists Association.

Ecclestone, B.M. (1998). Careers in pharmacy. London: Pharmaceutical Press.

Fachada, M.O. (2005). Psicologia das Relações Interpessoais (1º Vol). Lisboa: Ed. Rumo.

Thompson, J.E. (2003). A Practical Guide to Contemporary Pharmacy Practice (2 nd ed.). Lippincott Williams & Wilkins