English version at the end of this document

Ano Letivo	2021-22
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	
Código CNAEF	727
Contributo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS (Indicar até 3 objetivos)	Saúde de qualidade
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	18T; 36TP
Susana Filipa Viegas Rodrigues	T; TP	T1; TP1; TP2; TP3	12T; 27TP

* 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;

Gestão e Qualidade 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; 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, narealização de 2 atividades práticas sujeitas a avaliação: dispensa de medicamentos em contexto defarmácia comunitária: dispensa de MSRM(actividade 1) e dispensa de MNSRM(actividade 2) e na elaboração de um trabalho no âmbito do marketing. Aclassificação final (CF) será calculada através da fórmula:CF=0.30(teste)+0.25(atividade1)+0.25(atividade 2)+ 0,2 trabalho marketing(apresentação e discussão). A aprovação na unidadecurricular requer uma classificação mínima de 9.5 valores em qualquer componente de avaliação e apresença mínima obrigatória de 80% nas aulas TP. Os alunos que não cumprirem este requisito serãoconsiderados reprovados.

Bibliografia principal

Beardsley R, Kimberlin CL, Tindall WN. Communication Skills in Pharmacy Practice: A Practical Guide for Students and Practitioners. 5th edition: Lippincott Williams & Wilkins; 2008

Berger B. Communication Skills for Pharmacists: Building Relationships, Improving Patient Care. 3th edition: American Pharmacists Association; 2009

Goode JVR, Roman LM, Weitzel KW. Community Pharmacy Practice Case Studies. 1stedition: American Pharmacists Association;2009

Waterfield,Jon. Community Pharmacy Handbook. Pharmaceutical Press, 2008

Berardi R. et al. Handbook of NonPrescription Drugs:An interactive approach to selfcare. 16th edition. American Pharmacists Association;2009

Fachada MO. Psicologia das Relações Interpessoais ¿ 1º Volume. Ed. Rumo, Lisboa, 2005.

DiPiro JT, Talbert RL, Yee GC, Matzke GR, Wells BG, Posey LM. Pharmacotherapy: A pathophysiologic approach. 7th ed: McGraw-Hill Medical; 2005

Bravo L. Manual de Farmacoterapia. 1ªedición: Elsevier España; 2005

Academic Year	2021-22
Course unit	PHARMACEUTICAL COMMUNICATIONS AND COUNSELLING
Courses	PHARMACY
Faculty / School	SCHOOL OF HEALTH
Main Scientific Area	
Acronym	
CNAEF code	727
Contribution to Sustainable Development Goals	Quality health
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	18T; 36TP
Susana Filipa Viegas Rodrigues	T; TP	T1; TP1; TP2; TP3	12T; 27TP

* 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;

Management and Quality in Pharmacy:

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; 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 MSRM (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 (test) + 0.25 (activity 1) + 0.25 (activity 2) + 0.2 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 CL, Tindall WN. Communication Skills in Pharmacy Practice: A Practical Guide for Students and Practitioners. 5th edition: Lippincott Williams & Wilkins; 2008

Berger B. Communication Skills for Pharmacists: Building Relationships, Improving Patient Care. 3th edition: American Pharmacists Association; 2009

Goode JVR, Roman LM, Weitzel KW. Community Pharmacy Practice Case Studies. 1stedition: American Pharmacists Association;2009

Waterfield,Jon. Community Pharmacy Handbook. Pharmaceutical Press, 2008

Berardi R. et al. Handbook of NonPrescription Drugs:An interactive approach to selfcare. 16th edition. American Pharmacists Association;2009

Fachada MO. Psicologia das Relações Interpessoais ¿ 1º Volume. Ed. Rumo, Lisboa, 2005.

DiPiro JT, Talbert RL, Yee GC, Matzke GR, Wells BG, Posey LM. Pharmacotherapy: A pathophysiologic approach. 7th ed: McGraw-Hill Medical; 2005

Bravo L. Manual de Farmacoterapia. 1ªedición: Elsevier España; 2005