**Disciplina: Marketing estratégico e qualificação de fornecedores.**

**Carga horária:** 18 horas teóricas

**Ementa:** Estratégias de marketing para Farmácias. Endomarketing. Merchandising. Fatores críticos de sucesso para o comércio varejista farmacêutico.Atendimento. Planejamento da comunicação. Dimensões de qualidade do atendimento ao cliente. Critérios de qualificação de fornecedores de matérias-primas e materiais de embalagem.

**Bibliografia básica:**

ITALIANI, F. **Marketing farmacêutico.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2007. 277 p.

KOTLER, P. **Marketing para o século XXI:** como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo: Ediouro, 2009. 303 p.