



MEDX 2025

III Congresso Internacional Médico Estudantil e
II Encontro de Ligas Acadêmicas de Medicina
I Mostra Científica IESC / PIEPE

O PAPEL DO MARKETING NA FORMAÇÃO MÉDICA: COMUNICAÇÃO, ÉTICA E ESTRATÉGIAS PARA O CUIDADO EM SAÚDE

Linha: Extensão

Maria Luíza de Arruda Melo Carneiro¹; Alessandra de Carvalho Campos²; Denise Mota Araripe Pereira Fernandes³

^{1,2,3}Afya Paraíba, João Pessoa - PB

RESUMO

Introdução: A incorporação de conceitos de marketing na formação médica aborda competências em comunicação, gestão e relacionamento com pacientes e equipes. Quando aplicado eticamente, o marketing pode potencializar a educação em saúde, a adesão ao tratamento e o alcance das ações clínicas, além de influenciar o posicionamento profissional e institucional. **Objetivo:** Apresentar os principais benefícios e aspectos do uso de estratégias de marketing na formação médica, com foco em comunicação, promoção da saúde, imagem institucional e impacto sobre adesão e satisfação dos pacientes. **Métodos ou Relato de Experiência:** Baseado em revisão de conceitos e relatos de práticas pedagógicas que integram marketing à formação profissional, analisaram-se aplicações de ferramentas comunicacionais (publicidade institucional, relações públicas, marketing direto) e estratégias de marketing social empregadas em campanhas educativas e institucionais. **Resultados e Discussão:** A formação em marketing amplia habilidades de segmentação de público, adaptação de linguagem e identificação de necessidades, essenciais para campanhas de promoção da saúde e mudança de comportamento. Técnicas de marketing social mostram potencial para aumentar a eficácia de intervenções educativas e facilitar a adoção de práticas baseadas em evidências. Em nível institucional, o marketing reforça imagem e reputação, melhora o relacionamento com a comunidade e pode otimizar captação de pacientes. Há também benefícios individuais: maior capacidade de liderança, inovação e adaptação a ambientes competitivos. Ressalta-se, entretanto, a necessidade de aplicar essas ferramentas com rigor ético para evitar promoção inadequada de serviços ou conflito de interesses. **Considerações Finais:** A inclusão de princípios de marketing na formação médica pode contribuir para melhor comunicação clínica, maior adesão a tratamentos e maior satisfação dos pacientes, além de fortalecer instituições de saúde. Contudo, é crucial alinhar práticas de marketing a padrões éticos e evidências científicas para garantir que ganhos em alcance e imagem venham acompanhados de melhoria real nos resultados clínicos e no cuidado centrado no paciente.

Palavras-chave: Marketing em saúde. Formação médica. Comunicação médico-paciente. Marketing social. Reputação institucional.