

# **МОНИТОРИНГ СОВРЕМЕННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ В СИСТЕМЕ ПРЕПОДАВАНИЯ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА В ФАРМАЦИИ**

Мнушко З.Н., Рогуля О.Ю., Ольховская А.Б.,

Тиманюк И.В., Алекперова Н.В.

Национальный фармацевтический университет, г. Харьков

[mnushko.nfau@gmail.com](mailto:mnushko.nfau@gmail.com)

Исследование и применение достижений зарубежной образовательной деятельности является одним из актуальных направлений поиска путей совершенствования фармацевтического образования в Украине.

Многолетний опыт преподавания менеджмента и маркетинга фармации (ММФ) в Украине основывается как на использовании классических постулатов теории, так и научно-практических наработок отечественных и зарубежных специалистов. Нами проводится постоянный мониторинг тенденций в фармацевтическом образовании за рубежом. В целом анализ учебных программ подготовки специалистов с высшим фармацевтическим образованием за 2003-2008 г.г. позволял сделать вывод, что количество часов на изучение менеджмента и маркетинга довольно значительно, а некоторые из них соответствуют отдельным темам дисциплины «Менеджмент и маркетинг в фармации», преподаваемых в НФаУ.

Исследование особенностей преподавания менеджмента и маркетинга в фармацевтической подготовке в зарубежных университетах в последние годы (2009-2012 г.г.) показало, что во многих вузах в учебных планах появились дисциплины, направленные на изучение аспектов лидерства, управления персоналом и маркетинга фармацевтической продукции.

Нами был проведен обобщающий анализ современной специфики преподавания организационно-управленческих дисциплин на более чем 25 фармацевтических факультетах университетов разных стран мира (Великобритания, Германия, Чехия, Бельгия, Финляндия, Болгария, Франция, Канада, США, Австралия, Египет, Саудовская Аравия, Таиланд, Мальта, Сингапур,

Россия, Казахстан).

В качестве примера приведен ориентировочный перечень дисциплин, соответствующих разделам и темам ММФ, сформированный по результатам анализа учебных планов университетов США. Получая подготовку по фармации, студенты изучают такие дисциплины, как:

- принципы менеджмента; принципы маркетинга; введение в бизнес; продажи и менеджмент продаж; поведение потребителей; маркетинговые исследования; планирование маркетинга и стратегии (DeSales University, США);
- менеджмент практической деятельности аптек; лидерство и стратегии трудовых ресурсов; маркетинг; стратегическое планирование (UNC Eshelman School of Pharmacy, США);
- менеджмент фармации (University of Mississippi, США);
- менеджмент в фармации; управление персоналом (The McWhorter School of Pharmacy of Samford University, США);
- менеджмент фармацевтической продукции; фармацевтические маркетинговые исследования; управление продажами фармацевтической организации (Rutgers Business School Newark and New Branswick, США);
- менеджмент в практической фармации; менеджмент в практической коммуникации; фармацевтическая реклама; основы лидерства в фармации (The Ernest Mario School of Pharmacy at Rutgers University, США);
- основы менеджмента; принципы коммуникаций (Albany college of pharmacy and health sciences, США);
- основы бизнеса; фармацевтическая маркетинговая среда; расширенные маркетинговые исследования; фармацевтические маркетинговые стратегии и планирование (Saint Joseph's University, США) и др.

Анализ современного преподавания менеджмента и маркетинга в системе подготовки фармацевтических кадров свидетельствует о продолжающейся тенденции увеличения общего объема часов на изучение дисциплин, вопросы которых соответствуют программе дисциплины «Менеджмент и маркетинг в фармации». Следует обратить внимание также на системность подходов к углубленному изучению управленческих дисциплин, предусмотр-

ренных Аккредитационными стандартами фармацевтического образования.

Аккредитационные стандарты и рекомендации к профессиональным программам по фармации были введены в США, одобрены и рекомендованы ВОЗ и Международной фармацевтической федерацией (2007, 2011 г.г.). В разделе стандарта «Социальные, поведенческие и управленческие фармацевтические науки» представлены следующие подразделы и дисциплины, отражающие вопросы менеджмента и маркетинга:

- система здравоохранения (принципы, влияющие на сбыт фармацевтических товаров и услуг);
- практический менеджмент (принципы менеджмента; лидерство; адаптивный менеджмент; интеграция клинической и дистрибьютивной функций в управлении лекарственной терапией пациента и другие направления по оптимизации помощи пациента; проектный менеджмент; принципы маркетинга);
- этика (принципы профессионального поведения, конфликтология);
- профессиональные коммуникации (эффективные вербальные коммуникативные навыки, презентационные навыки, техники для решения коммуникативных проблем, принципы поведенческих изменений);
- социальные и поведенческие аспекты практики (клиентоориентированность профессии; роль фармацевта в заботе о пациентах, в сотрудничестве с другими специалистами) и др.

Анализ зарубежного опыта преподавания позволил нам выделить перечень вопросов, необходимых для практической деятельности специалистов фармацевтической отрасли. Предполагается расширить содержание рабочей программы по ММФ такими вопросами, как антикризисное управление в фармации; риски в инновационной и инвестиционной деятельности фармацевтических организаций и управление инвестиционными проектами в фармации; HR-решения в управлении персоналом фармацевтической организации; развитие лидерских способностей; положения уровневого маркетингового управления в фармации; управление поведением потребителей лекарственных средств; поведенческая реакция потребителей и формирование концепции лояльности и др.