

# **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ МЕНЕДЖМЕНТУ У СИСТЕМІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я ТА ФАРМАЦІЇ**

## **ДОСВІД І ЕФЕКТИВНІСТЬ ОКРЕМИХ ФОРМ САМОПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ У ВИВЧЕННІ ДИСЦИПЛІНИ «ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ ТА МЕНЕДЖМЕНТ»**

Пестун І.В., Малий В.В., Дорохова Л.П., Рогуля О.Ю., Євтушенко О.М.,  
Слободянюк М.М.

Національний фармацевтичний університет. Харків, Україна

[irynapestun@ukr.net](mailto:irynapestun@ukr.net)

Великі технічні і інформаційні можливості сучасного освітнього процесу дозволяють здобувачам вищої освіти швидко знаходити додаткову навчальну інформацію з окремих теоретичних питань. Разом з тим, розуміння практичної адаптації теоретичних положень з менеджменту і маркетингу можливо тільки за умови осмислення і творчого підходу. На сьогодні, оскільки будь яку інформація можна знайти в Інтернеті, процес навчання переходить із площини запам'ятовування, до необхідності отримання навичок з підбору, відбору і обробки інформаційних джерел, вміння цю інформацію представити належним чином.

Метою даної роботи є узагальнення досвіду кафедри фармацевтичного маркетингу та менеджменту Національного фармацевтичного університету із впровадження окремих форм самостійної роботи здобувача вищої освіти, зокрема підготовки реферату, есе, презентації теоретичної доповіді на одну із запропонованих викладачем тем, презентації лікарського засобу (або іншого товару аптечного асортименту), підбір відеоматеріалів відповідно до теоретичних питань дисципліни.

Підготовка реферату розглядається кафедрою як обов'язкова частина підготовки до семінарського заняття і оцінюється окремою оцінкою. Реферат може бути підготовлений за темами, запропонованими в робочому зошиті для підготовки і проведення занять з дисципліни. Метою написання реферату є підтвердження рівня опанування основних положень з теми заняття, демонстрація вміння знаходити відповідну літературу, аналізувати матеріал, робити узагальнення та самостійні висновки. Студенти досить активно беруть участь у підготовці рефератів, на занятті позитивно сприймається і активно обговорюється запропонований реферат всією групою. Основною вимогою до реферату є не викладення теоретичних питань теми, а ознайомлення з додатковою літературою з наведенням прикладів використання окремих теоретичних положень в практичній діяльності фармацевтичних компаній (або інших компаній з позитивним досвідом), впровадження сучасних механізмів, процедур, можливостей технічного

прогресу тощо.

На відміну від підготовки реферату, підготовка есе викликає труднощі. Есе є прозаїчне висловлювання невеликого об'єму і вільної композиції, що виражає індивідуальні враження і міркування з конкретного приводу або питання і свідомо не претендує на вичерпну відповідь. Студенти неохоче висловлюють власну думку, часто плутають поняття есе і доповідь, іноді їм складно побудувати власну оцінку у зв'язку з браком практичного досвіду і відсутністю розуміння окремих питань. Виявляється недостатність досвіду у створенні таких есе за минулі роки навчання в університеті, що іноді викликає бажання не напружуватись. Крім того написання есе є не обов'язковим, як правило його готуються студенти, які претендують на високі бали з дисципліни.

У зв'язку з наявною проблемою у публічних виступах більшості студентів нами введено обов'язкову підготовку презентації лікарського засобу (або іншого товару аптечного асортименту), а також з цього навчального року додатково підготовку презентації доповіді (з публічним виступом) на занятті. При підготовці презентації ЛЗ студенти повинні дотримуватися правил підготовки до презентації з урахуванням структури, цільової аудиторії, визначенням основних компонентів позиціонування ЛЗ, визначати проблему, для вирішення якої розглядається ЛЗ, виділяти основні тези з характеристики препарату і його інструкції до застосування, робити висновки і необхідні наголоси в презентації. Крім того, окремо звертається увага безпосередньо на саму доповідь, манеру представити презентацію. Основною умовою є власноруч створена презентація, а не отримана готова (від знайомих медичних представників). Такий спосіб самостійної роботи студента часто допомагає розкрити його як творчу особистість, яка вміє аналізувати, оригінально оформляти, привертати увагу аудиторії, наводити цікаву інформацію і докладати матеріал. Формуються навички стилю, змісту презентації, представлення необхідно достатньої кількості тексту на слайді, формування обсягу презентації з врахування обмежень часу.

Новий формат підготовки презентації впроваджується у поточному навчальному році, оскільки студенти обов'язково будуть готувати презентацію доповіді на одну із тем запропонованого переліку. Такий формат передбачений на теми з частини менеджменту у фармації після вивчення цих модулів, що дасть можливість комплексно готуватися з урахуванням вже вивченого теоретичного матеріалу. Структура доповіді і відповідно презентації обов'язково повинна містити описання проблеми, для вирішення якої розглядається дана тематика, основний зміст, висновки і перелік використаної літератури.

Дуже цікавий досвід отримала і кафедра і студенти від підготовки відеоматеріалів з адаптації теоретичних положень менеджменту і маркетингу. Метою даної роботи було підвищити зацікавленість студентів і обґрунтувати практичну

значимість менеджменту і маркетингу в діяльності організацій, в особистому житті, формуванні особистості, організаційних навичок, лідерських якостей, налагодженні комунікативних зав'язків тощо, та дати можливість студенту адаптувати теоретичні положення до реального життя.

Завданням було підібрати відеоматеріали, які відповідають теоретичним питанням, що вивчаються в змісті дисципліни «Фармацевтичний маркетинг та менеджмент». Обирати могли з окремих сюжетів художніх, анімаційних, мультиплікаційних фільмів, документальних матеріалів або відеоматеріалів у відкритому доступі в Інтернеті. Не допускалося брати готові лекції, які наявні в великому обсязі. Обсяг одного сюжету від 3 до 5 хвилин, тобто обмежений час і конкретний сюжет, який відповідає теоретичному питанню. Наприклад, співбесіда при прийомі на роботу. В теоретичному курсі маємо питання: «Набір, відбір персоналу». Студент має можливість усвідомлено оцінити процес відбору персоналу, враховуючи теоретичні знання і отримати додатковий досвід. Такий досвід самостійної роботи отримав позитивний відгук від студентської спільноти, деякі навіть не очікували наскільки питання менеджменту і маркетингу поширені у повсякденному житті, є актуальними і повчальними. Були зібрані матеріали з формування цілей і завдань організації, тайм менеджменту, самоменеджменту, формування команди, прийняття управлінських рішень (процес, підходи), теорій мотивації, використання мотивації в процесі управління, стилів управління, влади, лідерства, підготовки і проведення ділових нарад, ораторського мистецтва, оцінки ефективності діяльності організації, делегування повноважень, конфліктів і їх вирішення, значення маркетингу, позиціонування, сегментування споживачів, ринкової ніши, конкуренції, задоволення потреб споживачів, дистрибуції товару, діяльності аптечного складу, створення рекламних слоганів, реклами лікарських засобів, майстерності продажів, перемовин, ролі і роботи торгового представника та ін. Разом з тим, утруднення викликали обмежені технічні можливості, деяким бракувало досвіду роботи зі спеціальними комп'ютерними програмами. Кафедра отримала великий обсяг відеоматеріалів, які в подальшому планується використовувати при проведенні практичних занять і читанні лекцій, при створенні відеороликів для дистанційного навчання.

Таким чином, представлені форми самостійної роботи здобувачів вищої освіти є ефективними і дозволяють сформувати навички з пошуку, обробки, представлення інформації з теоретичних і практичних аспектів фармацевтичної діяльності в напрямку менеджменту та маркетингу, дозволяють отримати більше уявлення про значення дисципліни, її зв'язок з реальними умовами діяльності організацій і спеціалістів фармації.