МАТЕРІАЛИ

НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
З МІЖНАРОДНОЮ УЧАСТЮ,
ПРИСВЯЧЕНОЇ 25-РІЧЧЮ
ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ФАКУЛЬТЕТУ

ФАРМАЦЕВТИЧНА ОСВІТА, НАУКА ТА ПРАКТИКА: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

19-20 ГРУДНЯ 2023
КИЇВ

НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ О. О. БОГОМОЛЬЦЯ
ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

ФАРМАЦЕВТИЧНА ОСВІТА, НАУКА ТА ПРАКТИКА: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Матеріали
науково-практичної конференції з міжнародною участю, присвяченої 25-річчю фармацевтичного факультету Національного медичного університету імені О. О. Богомольця

19-20 грудня 2023 року м. Київ

Київ – 2023

УДК 615.03+[378.147:615](06)
Ф 22

Фармацевтична освіта, наука та практика: стан, проблеми, перспективи розвитку : матеріали наук.-практ. конф. з міжнар. участю, присвяченої 25-річчю фармацевт. ф-ту Нац. мед. ун-ту імені О. О. Богомольця, 19-20 груд. 2023 р. м. Київ / Нац. мед. ун-т імені О. О. Богомольця, Фармацевт. ф-т; уклад. та відп. за вип.: Т. Д. Рева, І. А. Костюк. – Київ, 2023. – 475 с.

ОРГАНІЗАТОР
НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ О.О. БОГОМОЛЬЦЯ
ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

КУЧИН Юрій Леонідович, ректор, член-кореспондент НАМН України, д-р мед. наук, професор – голова організаційного комітету

НАУМЕНКО Олександр Миколайович, перший проректор з науково-педагогічної роботи та післядипломної освіти, член-кореспондент НАМН України, д-р мед. наук, професор – заступник голови організаційного комітету

ЗЕМСКОВ Сергій Володимирович, проректор з наукової роботи та інновацій, д-р мед. наук, професор – заступник голови організаційного комітету

СКРИПНИК Рімма Леонідівна, проректор з науково-педагогічної роботи, міжнародних зв'язків та європейської інтеграції, д-р мед. наук, професор – заступник голови організаційного комітету

РЕВА Тетяна Дмитрівна, декан фармацевтичного факультету, д-р пед. наук, професор – заступник голови організаційного комітету

НІЖЕНКОВСЬКА Ірина Володимирівна, гарант освітньо-професійної програми «Фармація», д-р мед. наук, професор – заступник голови організаційного комітету

КОСТЮК Ірина Анатоліївна, канд. фарм. наук, доцент – відповідальний секретар

Укладачі та відповідальні за випуск
РЕВА Тетяна Дмитрівна, декан фармацевтичного факультету, д-р пед. наук, професор
КОСТЮК Ірина Анатоліївна, канд. фарм. наук, доцент

ISBN-978-966-460-165-5

© Т. Д. Рева
© І. А. Костюк

Висновки. У роботи теоретично обґрунтовано, розроблено, експериментально підтверджено ефективність моделі технології розв'язування задач з медичної і біологічної фізики та вищої математики як засобу фахової підготовки майбутніх магістрів фармації. Визначено й схарактеризовано організаційно-педагогічні особливості застосування технологічного підходу в умовах аудиторно-дистанційної форми навчання. Експериментальна перевірка підтвердила ефективність розробленої технології розв'язування задач як засобу фахової підготовки і перспективність її застосування для інших природничих дисциплін освітньо-професійної програми підготовки майбутніх магістрів фармації в умовах аудиторно-дистанційної форми навчання.

ФОРМУВАННЯ SOFT SKILLS ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ОСВІТИ ПРИ ВИВЧЕННІ ВИБІРКОВОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ХОЛІСТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ У ФАРМАЦІЇ»

Сахнацька Н.М., Алєкперова Н.В., Косяченко К.Л.
Кафедра організації та економіки фармації
Національний медичний університет імені О.О. Богомольця
м. Київ, Україна

Вступ. Сьогодні необхідність формування та розвитку soft skills, так званих «м'яких навичок», є важливим фактором підготовки здобувачів вищої освіти. Згідно «Рекомендацій щодо застосування критеріїв оцінювання якості освітньої програми», затверджених Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти (НАЗЯВО), зазначено, що soft skills «дають змогу випускникам ЗВО бути успішними на своєму робочому місці». Зокрема фахівцями НАЗЯВО обґрунтовано їхній перелік, що включає «навички комунікації, лідерство, здатність брати на себе відповідальність і працювати в критичних умовах, уміння вирішувати конфлікти, працювати в команді, управляти своїм часом, здатність логічно і системно мислити, креативність та ін.». За даними CareerBuilder, 77 % працедавців зазначають, що м'які навички є такою ж важливою складовою, як і тверді навички (hard skills). Саме тому питання формування soft skills є ключовим серед основних питань забезпечення якісного освітнього процесу при професійній підготовці фахівців фармацевтичного профілю та є запорукою успішного працевлаштування у майбутньому. Вагомий потенціал для формування навичок комунікації, тайм-менеджменту, лідерства, уміння працювати в команді дозволяє забезпечити вибіркова дисципліна «Холістичний маркетинг у фармації», у процесі опанування якої використовуються технології інтерактивного та ситуаційного навчання.

Метою дослідження є обґрунтування напрямів формування soft skills здобувачів вищої фармацевтичної освіти при вивченні вибіркової дисципліни «Холістичний маркетинг у фармації».

Методи дослідження. У ході дослідження використано контент-аналіз літературних джерел, методи узагальнення й систематизації даних, логічний і структурний аналіз.

Результати. Для майбутнього фармацевта важливим є розвиток «м'яких навичок» (soft skills) – навичок, що допомагають фахівцю ефективно комунікувати з відвідувачами аптеки, колегами та у соціумі, зокрема вміти презентувати себе і обгрунтовувати свою точку зору, вміти слухати співрозмовника. «Холістичний маркетинг у фармації» є вибірковою дисципліною для здобувачів вищої освіти 4 курсу фармацевтичного факультету, компетенції якої направлені на набуття знань, умінь та навичок у фармацевтичній сфері. Особливістю викладання цієї дисципліни є застосування інтерактивних методів навчання, гейміфікація, проведення групових дискусій, вирішення практичних кейсів у команді. Використання цих методів навчання дозволяє сформувати у студентів соціальні навички, навички успішності, що є обов'язковим для їх професійного і особистісного розвитку, враховуючи залежність освітнього процесу від сучасних реалій, наприклад пандемії COVID-19 та воєнного стану в Україні.

Особливістю роботи фармацевта є необхідність уважно вислухати, швидко зрозуміти проблему, та проконсультувати відвідувача аптеки. Саме тому необхідно розвивати такі soft skills, активне слухання та формулювати власну думку, критичне мислення, вміння оцінити та прийняти рішення. Ключовим елементом комунікаційних навичок є навички письмової комунікації. Вміння чітко та лаконічно відповідати на теоретичні запитання, що опрацьовуються під час практичного заняття, формулювати свої думки у есе, є важливими у сучасному світі. З метою оцінювання рівня отриманих знань формою вихідного контролю з дисципліни «Холістичний маркетинг у фармації» для студентів є написання короткого есе за визначеною тематикою практичного заняття.

Креативність є вагомою складовою успішного розвитку фармацевтичного бізнесу та кар'єри. Креативний підхід у студентів можна розвивати, пропонуючи студентам такі напрямки роботи, як підготовка інтерактивних презентації, розробка власної ідеї чи проєкту. При підготовці до заняття студентам необхідно давати можливість підготувати та викласти матеріал у вигляді свого міні проєкту, наприклад, актуальних напрямів соціальної відповідальності фармацевтичних компаній. При цьому студенти самостійно обирають формат представлення матеріалу, використовуючи інтерактивні способи спілкування під час заняття, наприклад, додатки Mentimeter чи Slido.

Самопрезентація є одним із найважливіших soft skills, які допомагають у професійному житті. Фахівці, що досягли успіху та визнання у фармацевтичній сфері, відмінно володіють цією навичкою й майстерно презентують себе. Практичним напрямом для реалізації вищезгаданої навички є розробка та представлення студентами CV (Curriculum Vitae), що полягає у вмінні розповісти про свої досягнення та вміння, а також розвинути базові елементи ораторської майстерності.

Командна робота та вміння ефективно співпрацювати з іншими – це ключові soft skills, необхідні для успіху в бізнесі. Якісно сформована команда може реалізовувати складні проєкти та досягати більшого успіху, ніж окремі особистості. Формування командного духу полягає у розробці групових завдань, фармацевтичних вікторин та конкурсів, використовуючи при цьому методи гейміфікації для забезпечення продуктивної робочої атмосфери.

Висновки. Очікуваним результатом формування та розвитку soft skills майбутніх фармацевтів є підвищення рівня конкурентоспроможності та якісної підготовки фахівців до професійної діяльності. На наш погляд, підвищенню ефективності розвитку soft skills, сприятиме цілісний підхід до освітнього процесу при викладанні дисципліни «Холістичний маркетинг у фармації», що інтегрує структурно-логічні зв'язки навчальних дисциплін, напрями практичної підготовки, діяльність здобувачів вищої освіти у наукових гуртках та написання і презентація власних наукових досліджень.

ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ НАВИЧОК ФАРМАЦЕВТІВ ПІД ЧАС НАВЧАННЯ В ІНОЗЕМНИХ ЗАКЛАДАХ ОСВІТИ

Листопад Д.С.
Стоматологічний медичний центр
Національний медичний університет імені О.О. Богомольця
м. Київ, Україна

Вступ. Комунікативні навички фармацевтів, які постійно спілкуються в аптеці, з клієнтами та постачальниками ліків, потребують постійного удосконалення. Особливо важливо протягом навчання у медичному закладі вищої освіти (ЗВО) сформувати навички комунікації в усіх спеціалістів: медиків, стоматологів та фармацевтів. Для розуміння викликів та задач освітнього процесу необхідно визначити, що являють собою комунікативні навички фахівця-медика, та яке фактичне застосування вони мають у фармацевтів, та розпочати з уявленнями про дане поняття в закордонних медичних ЗВО.

Мета роботи. Визначити поняття комунікативних навичок фармацевтів, а також сферу їх практичного застосування при навчанні фармацевтів за кордоном.

Результати. У літературі навичка визначається як здатність до виконання чогось, що випливає з навчання, досвіду або практики. Згідно з Kurtz S. (Kurtz S, Draper J, Silverman J. Teaching and Learning Communication Skills in Medicine. 2nd ed. London: Radcliffe Publishing; 2005), комунікація у більш широкому розумінні включає навички визначення змісту (що сказано), процесу (як це робиться) та сприйняття (як почувається та міркує провайдер під час взаємодії). Ці категорії навичок не можна відокремити одна від одної; вони всі важливі для комунікативної ролі фармацевта.

Визначена автором навичка визначення змісту пов'язана з обміном знаннями. Під час продажу ліків фармацевт передає або збирає «змістовний