



Список літератури

1. Косарев И.И. Педагогические аспекты высшего медицинского образования / И.И. Косарев. – М. : ФГУП экспериментальная типография, 2003. – 274 с.
2. Пінькас В.Г. Адаптивна імітаційна система навчального процесу / В.Г. Пінькас // Вісник Львівського університету. Серія педагогічна. – 2003. – Вип. 17. – С. 129–135.
3. Наумов Л.Б. Учебные игры в медицине / Л.Б. Наумов. – М. : Медицина, 1986. – 320 с.

Відомості про авторів:

Пінькас В.Г., к. пед. н., доцент каф. медичної та біологічної фізики, медінформатики, біостатистики, ДЗ «Луганський державний медичний університет», E-mail: pinkas@lds.net.ua

Топоркова О.А., к. мед. н., асистент каф. внутрішніх хвороб, ДЗ «Луганський державний медичний університет».

Кувічка І.М., к. т. н., доцент каф. медичної та біологічної фізики, медінформатики, біостатистики, ДЗ «Луганський державний медичний університет».

Надійшла в редакцію 30.01.2014 р.

УДК 378.147.091.33:165.194]:615.1:[005+339.138]

Н. О. Ткаченко, В. О. Демченко, Є. Г. Книш

Когнітивні методи навчання у процесі вивчення фармацевтичного менеджменту і маркетингу

Запорізький державний медичний університет

Ключові слова: когнітивні методи навчання, фармацевтичний менеджмент і маркетинг.

Розглянули окремі когнітивні методи (емпатії, символічного бачення, порівнянь, фактів, досліджень, помилок, прогнозування) і визначили проблеми та особливості їх використання у процесі вивчення фармацевтичного менеджменту та маркетингу.

Когнитивные методы обучения в процессе изучения фармацевтического менеджмента и маркетинга

Н. А. Ткаченко, В. А. Демченко, Е. Г. Книш

Рассмотрены отдельные когнитивные методы (эмпатии, символического видения, сравнений, фактов, исследований, ошибок, прогнозирования) и определены проблемы и особенности их использования в процессе изучения фармацевтического менеджмента и маркетинга.

Ключевые слова: когнитивные методы обучения, фармацевтический менеджмент и маркетинг.

Актуальные вопросы фармацевтической и медицинской науки и практики. – 2014. – № 1 (14). – С. 110–112

Cognitive teaching methods in the process of studying pharmaceutical management and marketing

N. O. Tkachenko, V. O. Demchenko, Ye. G. knysh

Some cognitive methods (method of empathy, the method of the symbolic vision, method comparisons, the method of the facts, research method, the method of error prediction method) have been considered in the article, and the problems and peculiarities of their use in the study of pharmaceutical management and marketing have been identified.

Key words: cognitive training methods, pharmaceutical management and marketing.

Current issues in pharmacy and medicine: science and practice 2014; № 1 (14): 110–112

Фармацевтична діяльність як різновид діяльності загалом має певні закономірності, принципи, правила і, відповідно, методи вивчення [1,2]. Навчання є невід'ємним елементом процесу отримання знань про фармацевтичну діяльність. Воно передбачає здійснення двох основних видів діяльності: викладання і навчання, що виявляється у їхній діалектичній єдності.

З огляду на специфіку професійної підготовки спеціалістів фармації методологічний підхід до з'ясування сутності методів навчання як багатоякісного, багатовимірного явища, що має різні прояви, не втрачає актуальності до сьогодні.

Мета роботи

Розглянути деякі когнітивні методи навчання майбутніх провізорів фармацевтичного менеджменту та маркетингу. Зокрема, порушено проблеми використання когнітивних методів навчання, що пов'язані з чуттєво-пізнавальною діяльністю студентів.

Характерною ознакою сьогодення є розвиток європейського освітнього простору, що об'єднує освітні системи різного типу та рівня при збереженні їхньої самобутності. Особливість цього освітнього простору полягає в створенні нової моделі освіти, котра на основі результатів навчання регулює саморозвиток студентів, викладачів, усієї системи вищої освіти.

Навчання, що ґрунтується на продуктивній орієнтації вищої освіти, спирається на види освітньої діяльності, що дають можливість студентам:

- пізнавати навколишній світ (когнітивні методи);
- створювати при цьому освітню продукцію (креативні методи);
- організовувати освітній простір (оргдіяльнісні методи).

Загальна функція всіх методів навчання, до якої б класифікації вони не належали, – стимулювання інтересу і потреби вчитись, спонукування студентів до навчання.



Головним принципом розвитку пізнавальних здібностей є первинність пізнання студентом реальності, а не вивчення «знань» про неї. Менеджмент і маркетинг у фармації як навчальна дисципліна базується на вивченні багатьох суспільних і спеціальних дисциплін, створює основу для вивчення фармакоекономіки, правових і етичних норм діяльності у галузі, а також передбачає інтеграцію викладання дисциплін і формування умінь застосовувати знання з менеджменту і маркетингу у фармації протягом подальшого навчання та у професійній діяльності. Враховуючи багатовекторність дисципліни та її міжпредметні зв'язки, сьогодні потрібно ширше використовувати специфічні форми та засоби активації методів навчання.

Для якісного вивчення основ фармацевтичного менеджменту і маркетингу викладачі кафедри управління і економіки фармації, медичного та фармацевтичного товарознавства Запорізького державного медичного університету здійснили методичне забезпечення навчального процесу: підготували навчально-методичні посібники для практичних занять і самостійної роботи студентів фармацевтичного факультету із двох модулів, збірники тестових завдань із двох модулів для самоконтролю засвоєння кожної теми дисципліни, конспекти лекцій тощо.

Обов'язковим елементом цих посібників є виконання студентом практичних завдань, що допомагають закріпити знання та здійснити самоконтроль засвоєного матеріалу. Протягом роботи над методичним забезпеченням викладачі приділили велику увагу когнітивним методам навчання.

Серед когнітивних методів навчання, або методів навчального пізнання, розрізняють такі: емпатії, евристичного спостереження, порівнянь, фактів, досліджень, гіпотез, прогнозування, помилок, конструювання теорій [3,4,7]. Найчастіше використовували такі з них:

- *Метод емпатії (перевтілення)* – осягнення почуттів іншої людини, перевтілення у стан іншого об'єкта. Цей метод за допомогою чуттєво-образних і розумових уявлень допомагає «втїленню» студентів в об'єкти довкілля, котрі він вивчає, аби краще відчувати та зрозуміти його зсередини. Наприклад, метод емпатії використано у тих випадках, коли майбутнього фахівця фармації ставлять у позицію керівника аптечного закладу, керівника відділу чи фармацевтичної організації. Тоді його бачення проблеми у ролі керівника (зсередини) підштовхує на нові шляхи вирішення проблеми, на пошук моментів, які відкрили б незвичайне, всебічне бачення шляхів і, відповідно, ухвалення нестандартних, ефективніших рішень. Цей метод виявляється надзвичайно ефективним, бо включає можливості студентів, що зазвичай не використовуються під час традиційного навчання. Але умовою успішного застосування методу емпатії є певний стан студентів, їхній настрій, який створюється викладачем.
- *Метод символічного бачення.* Полягає у встановленні чи побудові студентом зв'язків між об'єктом

і символом. Після з'ясування характеру відносин символу та об'єкта (наприклад, торгова марка – символ ринку, товару чи фірми) викладач пропонує студентам спостерігати за об'єктом, щоб побачити та зобразити його символічно у графічній, знаковій словесній або іншій формі (побудувати життєвий цикл товару чи фармацевтичної фірми). Важливе значення має пояснення та тлумачення створених символів.

- *Метод порівнянь.* Застосовується для порівняння різних версій, що запропоновані вченими, етапів розвитку того чи іншого явища або концепцій (еволюція менеджменту, концепції маркетингу), різноманітних аналогів між собою (визначення ринкових можливостей фармацевтичних фірм) тощо.
- *Метод фактів.* потребує послідовного розвитку пізнавальної діяльності студентів. Насамперед це стосується такого етапу пізнання, як пошук фактів. Досвід засвідчує, що часом студентам важко висловити спеціальною (професійною) мовою те, що вони бачать, чують і відчують. Для розв'язання цієї проблеми студентам необхідно з'ясувати факти, що пояснюють той чи інший процес. Наприклад, студенти повинні пояснити процес продажу товарів чи обслуговування споживачів (в аптеці). У цьому випадку доцільно запропонувати їм розділитись на підгрупи та встановити факти, що стосуються цього процесу.
- *Метод досліджень* передбачає вибір будь-якого об'єкта дослідження – культурного, соціального, економічного тощо. Наприклад, студентам пропонується самостійно дослідити функціонування конкретного підприємства за планом: мета дослідження, завдання і методи дослідження об'єкта, відомі факти про об'єкт, нові факти, отримані протягом подальшого дослідження, питання та проблеми, що виникли, версії відповідей, гіпотези, рефлексійні міркування, результати, висновки. Послідовне виконання всіх названих пунктів дає кожному студенту можливість отримати власний результат. За допомогою систематичного повторення алгоритмічних етапів дослідження викладач допомагає студентам збільшити обсяг і якість такого результату [5].
- *Метод помилок* передбачає зміну негативного ставлення до помилок, які треба конструктивно аналізувати для поглиблення процесів навчання. Помилку доцільно розглядати як джерело протиріч, виняток із правил або джерело нових знань. Увага до помилок може бути актуалізована не тільки для їх виправлення, але і для з'ясування причин виникнення. Наприклад, студентам пропонують завдання, в яких необхідно здійснити аудит відділу маркетингу фірми-виробника лікарських засобів, визначити порушення під час зберігання ліків у відділі запасів аптеки, встановити неправильні дії керівника фармацевтичної організації при вирішенні конфліктних ситуацій тощо. Пошук взаємозв'язків помилки із правильним рішенням стимулює евристичну діяльність, спрямовує студентів на розуміння відносності будь-яких знань [6].



- *Метод прогнозування* стосується реального або запланованого процесу. У цьому полягає різниця методу прогнозування від методу гіпотез. Наприклад, студентам пропонують дослідити динаміку цін на певну групу лікарських засобів з урахуванням умов, що склались на ринку. Студенти вивчають динаміку цін, знайомляться з попередніми цінами, що наведені у статистичних довідниках і прайс-листах. За отриманими результатами й визначеними закономірностями студенти прогнозують ціни на реальну перспективу. Через певний період часу прогноз порівнюють із реальними цінами, обговорюють результати і висновки. Також студентам пропонують розрахувати потребу у тих чи інших лікарських засобах, при цьому враховують правильність вибору методу розрахунку (нормативний, екстраполяції, експертних оцінок тощо).

Висновки

Методи навчання мають тісний організаційний взаємозв'язок і взаємопроникнення. У першу чергу вибір методу навчання залежить від його відповідності до цілей навчання. Крім того, викладач співвідносить методи навчання з конкретним педагогічними завданнями,

визначає у студентів рівень розвитку та сформованості загальнонавчальних і спеціальних умінь і навичок.

Когнітивні методи навчання фармацевтичному менеджменту та маркетингу є частиною комплексної побудови цілісної системи продуктивних методів навчання.

Список літератури

1. Фармацевтична енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/309/farmaceutichna-diyalnist>.
2. *Полинская Т.* Справочник фармацевтического работника / Т. Полинская. – Ростов н/Д : Феникс, 2003. – 635 с.
3. *Ахметова Л.В.* Методы когнитивного обучения: психолого-дидактический подход / Л.В. Ахметова // Вестник ТГПУ. – 2009. – Вып. 7(85). – С. 48–52.
4. *Андреев В.И.* Педагогика: учебный курс для творческого саморазвития / В.И. Андреев. – Казань : Центр инновационных технологий, 2000. – 608 с.
5. *Гін А.О.* Прийоми педагогічної техніки. Вільний вибір. Відкритість. Діяльність. Ідеальність / А.О. Гін. – Луганськ : Навчальна книга, 2004. – 275 с.
6. *Житник Б.О.* Методичний порадник: форми і методи навчання / Б.О. Житник. – Х. : Основа, 2005. – С. 23.
7. *Хуторской А.В.* 55 методов творческого обучения : методическое пособие / А.В. Хуторской. – М. : Эйдос, 2012. – 42 с.

Відомості про авторів:

Ткаченко Н.О., к. фарм. н., доцент каф. управління і економіки фармації, медичного та фармацевтичного товарознавства, Запорізький державний медичний університет, E-mail: tkachenko@zsmu.zp.ua.

Демченко В.О., к. фарм. н., доцент каф. управління і економіки фармації, медичного та фармацевтичного товарознавства, Запорізький державний медичний університет.

Книш С.Г., д. фарм. н., професор, зав. каф. управління і економіки фармації, медичного та фармацевтичного товарознавства, Запорізький державний медичний університет.

Надійшла в редакцію 28.01.2014 р.

УДК 004.9.615.12

А. А. Федосеева

Использование Safety-Case документа для оценки и гарантирования безопасности программных средств и информационных технологий на фармацевтическом предприятии

Национальный фармацевтический университет, г. Харьков

Ключевые слова: Safety-Case документ, программные средства, фармацевтическое предприятие, технологический процесс производства, лекарственный препарат, информационно-управляющие системы критического применения, безопасность.

Рассмотрена Safety-Case методология обеспечения и доказательства безопасности автоматизированной системы управления технологического процесса производства лекарственных препаратов, предложены типовые пункты Safety-Case документа в качестве доказательства функциональной безопасности автоматизированной системы управления технологическим процессом производства лекарственных препаратов, используемой на фармацевтическом предприятии.

Використання Safety-Case документа для оцінювання та гарантування безпеки програмних засобів та інформаційних технологій на фармацевтичному підприємстві

А. О. Федосеева

Розглянули Safety-Case методологію забезпечення та доведення безпеки автоматизованої системи управління технологічного процесу виробництва лікарських препаратів, запропонували типові пункти Safety-Case документа як докази функціональної безпеки автоматизованої системи управління технологічним процесом виробництва лікарських засобів, що використовується на фармацевтичному підприємстві.

Ключові слова: Safety-Case документ, програмні засоби, фармацевтичне підприємство, технологічний процес виробництва, лікарський препарат, інформаційно-керуючі системи критичного застосування, безпека.

Актуальні питання фармацевтичної і медичної науки та практики. – 2014. – № 1 (14). – С. 112–113