

**ПРЕПОДАВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
«МАРКЕТИНГ В
ЗДРАВООХРАНЕНИИ»**

БАКАЛАВРАМ КММИВСО

Мельник Е.Г., Шаповалов К.В.

*МАОУ ВПО «Краснодарский
муниципальный медицинский институт
высшего сестринского образования»
Краснодар, Россия*

Маркетинг в здравоохранении является молодой дисциплиной в медицинском образовании и самой современной рыночной технологией в настоящее время. Использование философии и принципов маркетинга позволяет добиваться высоких результатов во взаимоотношениях между пациентом и медицинским работником.

Учитывая специфику здравоохранения, как отрасли, и рынка медицинских услуг в частности, маркетинг имеет ограниченное использование в этой области. Более активное его применение проявляется в сфере частного здравоохранения и медицинского страхования, где существует жесткая конкуренция и другие элементы рынка.

Рыночные отношения предъявляют все более высокие требования к менеджерам здравоохранения. Знание маркетинговых технологий, наряду с экономическими знаниями позволяет более успешно работать на рынке в здравоохранении: анализировать рыночную ситуацию и выявлять нужды и потребности покупателей, разрабатывать новые товары и услуги, использовать основные приемы маркетинга в продвижении и распространении товаров, использовать адекватные методы ценообразования.

Профессиональная деятельность бакалавров в изучении дисциплины сводится к формированию у них элементов маркетингового мышления, включающих базовые понятия маркетинга, основные его инструменты, методы и законы, возможность планировать и изучать спрос общества, а также освоению навыков маркетинга организации (поликлини-

ки, офиса семейного врача, больницы), анализ деятельности медицинских учреждений. Учебная дисциплина «Маркетинг в здравоохранении» входит в базовую часть профессионального цикла в разделе общепрофессиональных дисциплин и является конечной в основной образовательной программе (ООП) структуры бакалавриата [4]. Рабочая программа после освоения дисциплины предполагает, что выпускник должен обладать рядом профессиональных компетенций (ПК) в области организационно-управленческой и исследовательской деятельности, а также обладать рядом общекультурных компетенций очень важных для медицинского специалиста, работающего на принципах маркетинга:

- владеть культурой мышления, обладать способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

- уметь логически верно, аргументировано, ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

- обладать готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);

- владеть способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);

- уметь использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);

- стремиться к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);

- уметь критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);

- осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК- 8);

- использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в про-

фессиональной деятельности, применять методы математического анализа, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);

- владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, владеть навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);

- владеть основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-15).

Итогом всего курса является освоение бакалаврами основных приемов маркетинга и их использование на рынке медицинских услуг, а также написание дипломной работы по наиболее актуальным направлениям маркетинга здравоохранения, в том числе в области бизнес-планирования, которая позволит студентам приобрести практические навыки и испытать свои силы в создании собственного медицинского предприятия.

Требования, предъявляемые к бакалаврам, сродни инновациям в организации сестринского дела, функции организационные формы которого меняются в соответствии с новыми задачами, стоящими перед здравоохранением, связанными с изменениями в объемах, технологиях, интенсивности лечения и ухода больных. В русле текущих тенденций развития системы здравоохранения возрастает роль сестринского персонала, которые должны быть готовы к внедрению и активному использованию современных технологий сестринской деятельности, в том числе знаний по маркетингу. [2,3].

Студенты начинают изучать предмет на 4-м курсе, в течение двух семестров (очно-заочная форма), одного семестра (заочная форма) и 5-м курсе, в течение одного семестра (очная форма). Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с Госстандартом 2011 года составляет 12 зачетных единиц, 432 часов (по 144 часа на очной, очно-заочной и

заочной форме обучения). Программой учебной дисциплины предусмотрены следующие виды учебной работы: лекции, практические занятия и самостоятельная работа студента. Из всех видов работ наибольшее количество часов отводится на самостоятельную работу студентов – от 86 (60%) до 122 (85%) часов.

Самостоятельная работа студентов сводится к:

- работе с учебной литературой (список предлагается студентам на 1-й лекции);

- подготовке реферативных сообщений и написанию контрольных работ;

- решение ситуационных задач;

- составлению схем этапов сестринского процесса управления в руководстве отдельных отделений и всего ЛПУ в целом;

- разработке сестринского процесса управления в составлении требований на приобретение медицинских товаров (услуг) в том или ином отделении.

Такое распределение учебных часов не случайно - обществу требуются специалисты, способные к самостоятельной образовательной деятельности. От преподавателей ВУЗа требуется подготовить высококвалифицированные кадры, способные решать профессиональные задачи любой сложности, что является одним из условий реформирования системы высшего образования и здравоохранения [1,5]. В связи с этим резко возрастает роль самостоятельной работы бакалавров, которая становится главным резервом повышения качества подготовки медицинских сестер. Поскольку навык самостоятельной работы не у всех студентов одинаково хорошо развит, преподаватель читает лекции и проводит практические занятия в лекционно-дискуссионном «формате». Такая форма обучения позволяет студенту осознавать необходимость самостоятельного освоения научного знания, в том числе в области маркетинга. Актуальность этих проблем объясняется не только вступлением России в Бо-

лонский процесс, но и переходом от парадигмы обучения к парадигме учения.

Текущий контроль знаний по дисциплине «Маркетинг в здравоохранении» предусматривает собеседование по каждой изучаемой теме, защите контрольных работ.

Программа завершается промежуточной аттестацией в форме экзамена, который включает тестовый контроль знаний.

Таким образом, бакалавры, в ходе своего обучения, начинают понимать, в чем преимущество управления медицинским учреждением на принципах маркетинга, понимают, на что им следует обращать внимание в своей организационно-управленческой работе, а также в ходе студенческой практики. Кроме того, учащиеся приобретают навык самостоятельной, научно-исследовательской работы, который будет востребован ими в дальнейшей трудовой деятельности.

Литература:

1. Жигалев, Б.А. Педагогическая система оценки качества образования в вузе: современное состояние и перспективы развития / Б.А.Жигалев // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2009. – № 1. – С. 24–29.

2. Ильченко Г.В., Лынова Е.Н., Маковкина Д.В., Шаповалов К.В. Определение уровня знаний медицинских сестёр о мерах профилактики профессионального инфицирования. - М : МЦФЭР, 2011. - Т. 3.

3. Программа развития сестринского дела в российской федерации на 2010–2020 годы // URL: <http://www.sestrinskoedelo.med.cap.ru/Page.aspx?id=580888> (дата обращения: 10.06.2014).

4. ФГОС по направлению подготовки 060501.62 «Сестринское дело» квалификация (степень) бакалавр, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 24 декабря 2010 г. № 2057

5. Фролов, А.Г. Адаптации преподавателя к профессионально-педагогической деятельности в высшей школе /

А.Г.Фролов, С.А. Хомочкина, Г.У. Матушанский // Образовательные технологии и наука. – № 9(2) – Казань, 2006. – с.268

ОСОБЕННОСТИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «СЕСТРИНСКОЕ ДЕЛО В АКУШЕРСТВЕ И ГИНЕКОЛОГИИ» У БАКАЛАВРОВ

Мельник Е.Г.

*МАОУ ВПО «Краснодарский
муниципальный медицинский институт
высшего сестринского образования»
Краснодар, Россия*

Учебная дисциплина «Сестринское дело в акушерстве и гинекологии» входит в базовую часть профессионального цикла и является одной из ведущих клинических дисциплин основной образовательной программы (ООП) в структуре бакалавриата. Профессиональная деятельность бакалавров по изучаемой дисциплине осуществляется в сохранении и обеспечении здоровья женщинам всех возрастов, улучшение качества их жизни путем оказания квалифицированной сестринской помощи, проведения профилактической работы с населением, обеспечения организации работы сестринского персонала акушерско-гинекологической службы. После освоения дисциплины выпускник должен обладать рядом профессиональных компетенций (ПК) в области лечебно-диагностической деятельности, уметь осуществлять реабилитационную, медико-профилактическую, организационно-управленческую и исследовательскую деятельность. Объектами профессиональной деятельности бакалавров являются пациент и его окружение, население, сестринский персонал [5].

Из выше указанного видно, что требования, предъявляемые к бакалаврам, весьма серьезные и отражают текущие тенденции развития системы здравоохранения, где постоянно возрастает роль сестринского персонала, имеющего