

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ НАВИЧОК ТА ВМІНЬ У ФАХІВЦІВ З МЕДИЧНОГО ТА ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ

Наукові праці МАУП, 2012, вип. 1(32), с. 305–309

Робота кваліфікованого спеціаліста з маркетингу останнім часом стає необхідною для забезпечення ефективності маркетингової діяльності закладів охорони здоров'я. Підготовка фахівців з медичного та фармацевтичного маркетингу проводиться відповідно до освітньо-професійної програми (ОПП) бакалавра професійного спрямування "Маркетинг" та передбачає такі цикли: гуманітарної та соціально-економічної підготовки, природничо-наукової підготовки, професійної та практичної підготовки, що забезпечують відповідний освітньо-кваліфікаційний рівень.

Удосконалення та реформування системи підготовки фахівців для галузі охорони здоров'я як складової системи охорони здоров'я України зумовлено глобальними змінами на європейському ринку праці, прогресом світової фармацевтичної та медичної науки, змінами в соціальному, економічному, правовому та освітянському просторі. Основне завдання формування концепції системи підготовки фахівців для галузі охорони здоров'я в Україні полягає у підвищенні якості підготовки фахівців та забезпеченні їх конкурентоспроможності на європейському та світовому ринку праці [2, 54].

Основною проблемою підприємницької діяльності в медицині та фармації є відсутність загальнодержавного досвіду підготовки маркетологів для галузі охорони здоров'я. Маркетинг як "ринкова теорія управління" є універсальною технологією діяльності організаторів охорони здоров'я та медичних працівників закладів різних за організаційно-правовою формою та сферою діяльності [3, 23]. Медичний та фармацевтичний бізнес висуває ряд вимог до таких фахівців – вони повинні вивчати ринок товарів та послуг, забезпечувати ефективність функціонування підприємства, збільшувати обсяги збуту товарів

та попит на них. Звісно, що такі виробничі функції та типові завдання діяльності не можуть виконувати фахівці, які закінчили медичні інститути, або маркетологи та економісти, не обізнані на специфіці галузі охорони здоров'я. Отже, незаперечним є той факт, що праця кваліфікованого спеціаліста з маркетингу останнім часом стає необхідною для забезпечення ефективності маркетингової діяльності закладів охорони здоров'я.

Навчальні плани та освітньо-професійні програми підготовки бакалаврів, спеціалістів та магістрів, що мають працювати в галузях організації охорони здоров'я, медичного або фармацевтичного бізнесу, мають бути складені відповідно до освітньо-кваліфікаційних характеристик фахівців, із використанням міжнародного досвіду підготовки фахівців відповідного напрямку [1; 2].

Варіативна компонента освітньо-професійної програми (ОПП) бакалавра професійного спрямування "Маркетинг" доповнює і конкретизує вимоги до змісту освіти з боку конкретних замовників-споживачів фахівців з маркетингу в галузі охорони здоров'я.

Освітньо-професійна програма підготовки фахівців з медичного та фармацевтичного маркетингу є нормативним документом, у

якому визначається нормативний зміст навчання, встановлюються вимоги до змісту, обсягу та рівня освітньої та професійної підготовки бакалавра професійного спрямування “Маркетинг”.

Цей стандарт є складовою системи стандартів вищої освіти та використовуються при:

- розробленні та коригуванні відповідних навчальних планів і програм навчальних дисциплін;
- розробленні засобів діагностики рівня якості освітньо-професійної підготовки бакалавра;
- визначенні змісту навчання як бази для оволодіння новими спеціальностями, кваліфікаціями;
- визначенні змісту навчання у системі перепідготовки та підвищення кваліфікації.

Освітньо-професійна програма підготовки бакалаврів з медичного та фармацевтичного маркетингу встановлює:

- нормативний зміст навчання у Міжрегіональній Академії управління персоналом (МАУП), обсяг та рівень їх засвоєння у процесі підготовки відповідно до вимог варіативної частини освітньо-кваліфікаційної характеристики бакалавра з напрямку “Економіка і підприємництво” за спеціальністю “Маркетинг” (спеціалізація “Маркетинг медицини та фармації”);
- перелік навчальних дисциплін підготовки бакалаврів професійного спрямування “Маркетинг” спеціалізація “Маркетинг медицини та фармації”;
- форму державної атестації;
- термін навчання.

Зазначена освітньо-професійна програма посилається на такі державні та галузеві стандарти та акти України:

- ДСВО 01-98 Основні положення;
- ДСВО 02-98 Терміни та визначення;
- ДСВО 03-98 Освітній рівень “Базова вища освіта”;
- ДСВО 06-98 Освітньо-кваліфікаційний рівень “Бакалавр”;
- ГСВО МОН Освітньо-кваліфікаційна характеристика бакалавра з напрямку

підготовки “Маркетинг”;

- ГСВО-МОН Освітньо-професійна програма підготовки бакалавра з напрямку підготовки “Маркетинг”;
- Міжрегіональної Академії управління персоналом. Освітньо-кваліфікаційна характеристика бакалавра професійного спрямування: “Маркетинг” спеціалізація “Маркетинг медицини та фармації”;
- наказ МОЗ України № 33 від 23.02.2000 р. “Штати закладів охорони здоров’я”;
- Державний класифікатор видів діяльності ДК 009-9в, згідно з наказом Держстандарту України від 22.10.96 р. №441;
- ПСВО-МОН ОКХ спеціаліста зі спеціальності “Маркетинг”.

Освітньо-професійна програма підготовки бакалаврів з медичного та фармацевтичного маркетингу передбачає такі цикли підготовки:

- 1) гуманітарної підготовки, природничо-наукової та загальноекономічної, що забезпечують певний освітній рівень;
- 2) професійно-орієнтованих дисциплін, що забезпечують відповідний освітньо-кваліфікаційний рівень;
- 3) вибіркова частина, що забезпечує підготовку бакалавра зі спеціалізації “Маркетинг медицини та фармації”.

Зміст освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів з медичного та фармацевтичного маркетингу в Міжрегіональній Академії управління персоналом полягає в наступному:

1. Система знань у вигляді переліку всіх дисциплін з 5265 навчальних годин.
2. Анотації всіх дисциплін, що складаються зі змістових модулів та поєднання у структурно-логічну схему.
3. Надання кваліфікації “Бакалавр з маркетингу”, забезпечується також виробничою практикою.
4. Вибіркова частина освітньо-професійної програми підготовки бакалавра складається з предметів самостійного вибору МАУП та вибору студента.
5. МАУП має право в установленому порядку змінювати назви навчальних дисциплін.

Розподіл змісту освітньо-кваліфікаційної програми підготовки бакалавра професійно-спрямування “Маркетинг” та максимальний навчальний час за циклами підготовки наведено у таблиці.

До циклу гуманітарних та соціально-економічних дисциплін було включено такі дисципліни, як логіка та політологія.

Блок навчальних дисциплін із циклу природничо-наукової підготовки передбачає вищу математику, теорію ймовірності і математичну статистику, математичне програмування, інформатику та комп’ютерну техніку, економетрію та основи екології.

Цикл професійної та практичної підготовки студентів є базовим для здобуття спеціальних знань при навчанні у вищому навчальному закладі та після його закінчення. У першу чергу цей блок передбачає вивчення маркетингової цінової політики, маркетингової товарної політики, міжнародного маркетингу, промислового маркетингу, логістики, маркетингової політики комунікацій, маркетингових досліджень, господарського законодавства, менеджмент, маркетингу страхування.

Підготовка фахівців із блоку навчальних дисциплін по економіці і бухгалтерському обліку передбачає теоретичне й практичне опанування комплексом навчальних дисциплін, що контролюється не тільки за допомогою поточного та підсумкового контролю знань, а й при виконанні розрахункових робіт [1, 17].

Структурно-логічна схема економічної підготовки фахівців така: економічна теорія –

політична економія – мікроекономіка – макроекономіка – історія економічних вчень – статистика – економіка підприємств – фінанси – фінанси підприємства – інвестування – економічний аналіз – економіка праці та соціально-трудові відносини – міжнародна економіка – державне регулювання економіки – інфраструктура товарного ринку – товарознавство.

Підготовка фахівців із бухгалтерського обліку передбачає послідовне та узгоджене вивчення таких навчальних дисциплін: гроші й кредит; бухгалтерський облік; аудит [1, 17].

Отже, засвоєння теоретичних і практичних знань з економіки та бухгалтерського обліку формує у майбутньому фахівця такі вміння та навички:

- моніторинг ринку та обробка інформації щодо попиту на товари, динаміку цін залежно від коливань валютних курсів та впливу макроекономічних чинників;
- розрахунок обсягу виводу на ринок для того, щоб пропозиція не перевищувала попит;
- розробка заходів щодо коригування цін залежно від попиту на товари;
- розробка анкет розробляє методику для опитування респондентів цільової аудиторії певного сегменту ринку;
- аналіз результатів маркетингових досліджень ринкової ситуації та сегментування споживачів за психографічним, демографічним і майновим принципами;

Розподіл змісту освітньо-професійної програми та максимальний навчальний час за циклами підготовки

Цикл підготовки	Навчальний час за циклами, (академічних годин)
I. Дисципліни циклу гуманітарної та соціально-економічних дисциплін	108
II. Дисципліни циклу природничо-наукової підготовки	648
III. Дисципліни циклу професійної та практичної підготовки	3024
IV. Дисципліни самостійного вибору навчального закладу	1080
V. Дисципліни вільного вибору студента	405
Разом за циклами:	5265

- розробка стратегічних, тактичних та оперативних планів розробляє конкретні плани для певної структури.

Звичайно, що в підготовці майбутніх фахівців з медичного та фармацевтичного маркетингу співвідношення між лекціями, практичними заняттями, проведенням тренінгів, організацією практичної підготовки має переважати друга (практична) частина [1, 18]. Тому невід'ємною складовою процесу підготовки маркетологів, орієнтованих на галузь охорони здоров'я, є наскрізна практична підготовка, яка складається з таких етапів: навчальна практика, виробнича практика, переддипломна практика, науково-дослідна практика.

Атестація здійснюється на підставі оцінки рівня професійних знань, умінь та навичок випускників МАУП, передбачених ГСВО Міністерства освіти і науки України професійного спрямування “Маркетинг” з використанням загальнодержавних методів комп-лексної діагностики: складання комп-лексного державного іспиту.

Державна атестація випускників кваліфікаційного рівня “бакалавр” має таку структуру:

I. Державний екзамен з економічної теорії:

1. Політична економія.
2. Мікроекономіка.
3. Макроекономіка.
4. Історія економічних вчень.

II. Комплексний іспит зі спеціальності:

1. Маркетингова цінова політика.
2. Маркетингова товарна політика.
3. Міжнародний маркетинг.
4. Промисловий маркетинг.
5. Маркетингова політика комунікацій.
6. Маркетингові дослідження.

Присвоєння кваліфікації “Бакалавр з маркетингу” здійснюється Державною екзаменаційною комісією Міжрегіональної Академії управління персоналом, голова якої затверджується Міністерством освіти та науки України.

Нормативний зміст освітньо-професійної програми необхідний для підготовки висококласних фахівців спеціальності “Маркетинг медицини та фармації”, що на даний момент

є дуже важливою перевагою стосовно інших вузів, таким чином МАУП займає передові позиції щодо кількості випущених студентів до якості їхньої підготовки.

Дипломна робота (проект) обсягом 5–6 авторських аркушів (90–110 рукописних сторінок) виконується за тематикою завдань професійної діяльності за матеріалами реальної організації, обов'язково з використанням комп'ютерних технологій як інструменту дослідження.

Структура дипломної роботи (проекту) бакалаврів з медичного та фармацевтичного маркетингу в Міжрегіональній Академії управління персоналом полягає в наступному: вступ; три розділи – теоретичний, аналітико-дослідницький та проектно-рекомендаційний; висновки, використана література. Рукопис, поданий на захист, супроводжується відгуком наукового керівника, листом-відгуком з організації, яка була об'єктом дослідження, та зовнішньою рецензією.

Присвоєння кваліфікації здійснює Державна екзаменаційна комісія, голову якої затверджено Міністерством освіти та науки України.

Отже, освітньо-професійна програма поширюється на МАУП, а також на міністерства, відомства, асоціації, підприємства, організації різних форм власності, та використовуються фахівці освітньо-кваліфікаційного рівня “Бакалавр”, напряму підготовки 0501 “Економіка і підприємництво”, професійного спрямування 6.050100 “Маркетинг”, спеціалізація “Маркетинг медицини та фармації”, з узагальненим об'єктом діяльності низового рівня управління лінійними та функціональними підрозділами та організаційно-правових форм у галузі охорони здоров'я.



Література

1. Баєва О. В. Аналіз досвіду підготовки фахівців із медичного та фармацевтичного менеджменту // Бар'єри та можливості розвитку малого та середнього бізнесу в Україні. – К., 2005. – С. 16–21.

2. Баєва О. В. Медичний та фармацевтичний менеджмент: Навч. посіб. // Менеджмент / За ред. Г. В. Щокіна, М. Ф. Головатого. – К.: МАУП. – С. 252–267.

3. Кучеренко В. З., Алексеева В. М. Дробкина М. В. Опыт

преподавания основ медицинского маркетинга руководителям органов и учреждений здравоохранения // Экономика здравоохранения. – 2003. – № 2. – С. 22–23.

Основною проблемою підприємницької діяльності в медицині та фармації є відсутність загальнодержавного досвіду підготовки маркетологів для галузі охорони здоров'я. Навчання у Міжрегіональній Академії управління персоналом (МАУП) відповідно до вимог освітньо-професійної програми забезпечить підготовку бакалаврів з напрямку “Економіка і підприємництво” за спеціальністю “Маркетинг” (спеціалізація “Маркетинг медицини та фармації”).

Основной проблемой предпринимательской деятельности в медицине и фармации является отсутствие общегосударственного опыта подготовки маркетологов для отрасли здравоохранения. Учеба в Межрегиональной Академии управления персоналом (МАУП) в соответствии с требованиями образовательно-профессиональной программы обеспечит подготовку бакалавров направления “Экономика и предпринимательство” по специальности “Маркетинг” (специализация “Маркетинг медицины и фармации”).

The basic problem of entrepreneurial activity in medicine and фармации is absence of nation experience of preparation of marketing specialist for industry of health protection. Studies in the Interregional Academy of Personnel Management (IAPM) in accordance with requirements educationally of the professional program with provide preparation of bachelors from direction “Economy and enterprise” after speciality “Marketing” (speciliazation “Marketing of medecine and pharmacia”).

Надійшла 21 вересня 2011 р.