

Модернізація освітніх програм підготовки здобувачів вищої освіти
відповідно до тенденцій розвитку українського та світового ринків праці



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ

ВІННИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМ. М. І. ПИРОГОВА



**МОДЕРНІЗАЦІЯ ОСВІТНІХ ПРОГРАМ
ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ
ВІДПОВІДНО ДО ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ
УКРАЇНСЬКОГО ТА СВІТОВОГО РИНКІВ ПРАЦІ**

**ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ
НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ**

26 лютого 2025 року

складних питань розвиває здатність до критичного аналізу та формування обґрунтованих висновків. Попри численні переваги, бінарна лекція має певні виклики. Одним із них є необхідність попередньої підготовки здобувачів, які мають бути готовими до активної участі. Це вимагає додаткового часу на інструктаж і консультації. Іншим викликом є забезпечення збалансованості між теоретичним і практичним матеріалом, що потребує чіткого планування та координації між викладачем і здобувачем.

Таким чином, бінарна лекція є ефективним методом навчання, який відповідає сучасним вимогам до підготовки фахівців у сфері менеджменту в охороні здоров'я. Вона забезпечує розвиток ключових компетентностей, інтегрує теорію з практикою та формує у здобувачів здатність до аналізу, прийняття рішень і ефективного управління. Перспективи розвитку цього методу пов'язані із залученням міждисциплінарних підходів, інтеграцією цифрових технологій та адаптацією до онлайн-формату, що дозволить підвищити його ефективність у підготовці майбутніх управлінців.

Жарлінська Р.Г., Марчук І.А., Романенко С.В.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКЛАДАННЯ МАРКЕТИНГУ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ ДЛЯ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТНЬОГО РІВНЯ «МАГІСТР» СПЕЦІАЛЬНОСТІ 073 «МЕНЕДЖМЕНТ»

Медичні послуги – це одна з найбільш важливих складових економіки та соціальної інфраструктури будь-якої країни. Водночас маркетинг медичних послуг є складним і багатограним процесом, який вимагає особливого підходу до навчання. Здобувачі освітнього рівня магістр спеціальності 073 «Менеджмент» повинні оволодіти не лише теоретичними знаннями, але й практичними навичками, які дозволяють ефективно працювати в умовах швидко змінюваного медичного ринку.

Маркетинг медичних послуг має декілька суттєвих особливостей, зумовлених специфікою цієї сфери. По-перше, медичні послуги є нематеріальними, тому їх просування та реалізація потребують акценту на надійність, репутацію та довіру. Важливу роль відіграють емоційні аспекти, адже пацієнти часто приймають рішення на основі довіри до медичних установ, а не лише ціни або умов. Також значну роль у медичному маркетингу відіграє забезпечення високої якості послуг, що повинно бути в центрі уваги кожного медичного закладу.

Знання маркетингу медичних послуг повинні охоплювати різноманітні аспекти, які виходять за межі традиційного маркетингу товарів і послуг. Викладання цієї дисципліни для магістрів потребує інтеграції таких ключових тем:

- Формування цільових аудиторій. Майбутні менеджери повинні вміти правильно сегментувати ринок медичних послуг, розуміти особливості потреб різних груп споживачів, таких як пацієнти з хронічними захворюваннями, люди похилого віку, вагітні жінки тощо.

- Маркетингові дослідження в сфері охорони здоров'я. Для ефективного просування медичних послуг необхідно вивчати потреби споживачів, аналізувати конкурентів, досліджувати тенденції у сфері охорони здоров'я та технологічні інновації, які можуть вплинути на ринок медичних послуг.

– Використання цифрових технологій. Сучасний маркетинг у медицині неможливий без використання інтернет-технологій, зокрема сайтів, соціальних мереж, онлайн-консультацій, цифрових записів на прийом та застосування мобільних додатків для пацієнтів. Тому важливо навчити магістрів основам цифрового маркетингу, включаючи SEO, SMM та контент-маркетинг.

– Формування бренду закладу охорони здоров'я (ОЗ). В умовах зростаючої конкуренції на ринку медичних послуг важливо розуміти принципи формування бренду закладу ОЗ. Здобувачі повинні вивчити, як створювати сильні бренди, які асоціюються з високим рівнем професіоналізму, довірою та комфортом для пацієнтів.

Не менш важливою є практична частина навчання. Теоретичні знання повинні бути підкріплені реальними кейсами, бізнес-сценаріями та практичними завданнями. Зокрема, розробка маркетингових стратегій для медичних установ, включаючи підбір рекламних каналів, бюджетування, визначення ключових показників ефективності (KPI); моделювання ситуацій кризового маркетингу в сфері ОЗ, таких як спалахи епідемій або погіршення репутації закладу ОЗ; проведення маркетингових досліджень серед потенційних пацієнтів та аналіз їхніх відгуків. Ці завдання допоможуть магістрам не тільки вивчити теорію, а й набути практичних навичок, які будуть корисні в їхній подальшій кар'єрі.

Викладання маркетингу медичних послуг має базуватися на інтерактивних методах навчання. Використання групових обговорень, рольових ігор, ділових ігор та онлайн-курсу, гостьові лекції від провідних фахівців закладів ОЗ дозволяє здобувачам краще засвоїти матеріал і практично застосувати знання. Непересічну роль в навчальному процесі відіграє співпраця з закладами ОЗ, де здобувачі можуть проходити виробничу та переддипломну практики, брати участь у реальних проєктах і отримувати безпосередній досвід роботи в цій галузі. Важливим елементом сучасного викладання є цифровізація навчального процесу. Доцільно використовувати: CRM-системи для управління медичними послугами (наприклад, MedData, Doc.ua); аналіз big data у сфері ОЗ – оцінка поведінки пацієнтів на основі цифрових даних; SMM-маркетинг у медицині – розгляд кейсів щодо просування клінік у соцмережах.

Отже, маркетинг медичних послуг є важливою складовою успіху будь-якого закладу ОЗ, а його викладання для магістрів спеціальності 073 «Менеджмент» вимагає комплексного підходу. Вивчення цієї дисципліни дозволить майбутнім спеціалістам не тільки освоїти теоретичні основи, але й набути необхідних практичних навичок для ефективного управління закладами ОЗ в умовах високої конкуренції та швидких змін на ринку медичних послуг.

Жорняк О.І., Колодій С.А., Жорняк П.В., Трофіменко Ю.Ю.
**МОДЕРНІЗАЦІЯ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ З ВИКОРИСТАННЯМ
СИМУЛЯЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА КАФЕДРІ МІКРОБІОЛОГІЇ
ЯК КЛЮЧОВИЙ ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПІДГОТОВКИ
СТУДЕНТІВ-МЕДИКІВ**

Тенденції соціального розвитку України сьогодні обумовлюють потребу детального вивчення формування ринку праці та основних чинників, що забезпечують відтворення професійного потенціалу здобувачів вищої медичної