

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

Марчук І. А., Щербак Ю.В., Гулевич А.В.
**ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ
МАГІСТРА ГАЛУЗІ ЗНАНЬ «ОХОРОНА ЗДОРОВ'Я»**

Сучасна освіта – це освіта саморозвитку і самовдосконалення особистості. Майкл Сендел, професор Гарварду, зауважує, що однією з найбільш визначальних ознак нашого часу стало вторгнення ринкових відносин і ринкового мислення у ті сфери суспільного життя, які традиційно регулювалися неринковими нормами. «Основи економічних теорій», «Економіка охорони здоров'я. Маркетинг медичних послуг» - дисципліни за вибором, які представлені в освітньо-професійних програмах «Медицина», «Педіатрія», «Стоматологія», «Фармація», і є тими предметами, які формують економічну компетентність магістра галузі знань «Охорона здоров'я», здатного оперувати економічними поняттями, орієнтуватися в економічних питаннях функціонування галузі охорони здоров'я, спроможного пояснювати й оцінювати сутність економічних процесів, виявляти їх протиріччя, розв'язувати й прогнозувати економічні проблеми на основі сформованого економічного мислення, розвиненої економічної свідомості.

Формування економічної компетентності, як підґрунтя готовності майбутніх магістрів медицини до реалізації економічних знань у професійній діяльності, є предметом наукового аналізу А. Ахламова, О. Баєвої, С. Вітер, В. Галкіна, Т. Камінської, Н. Кусик, О. Луців, Л.Романишиної, О. Ющенко, Н. Coufalová, F. P. Drucker, Yu Hongqiao, P. Kotler, J. Shalowitz, R. Stevens, E. J. Sullivan, P. J. Decker, R. K. Thomas та ін.

Застосовуючи різноманітні методи і форми роботи, зокрема імітаційний тренінг, дидактичні ігри, виступи з презентаціями виконаних проєктів перед однокласниками, створення навчальних ситуацій з подальшим обговоренням результатів, постійний індивідуальний самоаналіз і груповий зворотній зв'язок під час виконання різних завдань тощо дозволили розширити здатність майбутніх магістрів здійснювати самоконтроль, самооцінку, корекцію професійно значущих знань, умінь, навичок, підвищили ресурси самоорганізації і самоменеджменту.

Щоб оцінити результат економічної компетентності магістрів медицини, ми провели анонімне анкетування серед 64 здобувачів 1 курсу та 48 здобувачів II курсу спеціальностей галузі знань «Охорона здоров'я». За основу дослідження сформованої економічної компетентності ми обрали методику оцінювання якості підготовки фахівців професора Петра Лузана (2021). У чому полягає сутність його методики оцінювання якості підготовки фахівців? Він розкриває процес встановлення рівня навчальних досягнень здобувачів освіти в оволодінні змістом навчальної дисципліни відповідно до сучасних вимог. Професор Лузан П. оцінює якість професійної підготовки фахівців як логічну ієрархічну структуру: на основі його методики оцінювання компетентностей (освітніх результатів) маємо можливість на науковій основі використовувати діагностичний інструментарій, процедури й мати об'єктивні результати компетентнісних досягнень здобувачів.

Оцінювання якості підготовки магістрів галузі знань «Охорона здоров'я» здійснювалася шляхом зіставлення демонстрованих здобувачами знань, умінь,

навичок, (актуальний стан об'єкта), з еталонними відповідно до стандартів вищої медичної освіти (які задекларовані в освітньо-професійних програмах).

Отже, дослідження продемонструвало, що 86,3% здобувачів продемонстрували високий і достатній рівень досягнення програмних результатів навчання, задекларованих в освітньо-професійних програмах, тобто здобувачі підтвердили комплекс знань, умінь, навичок та інших компетентностей, які після завершення вивчення економічних дисциплін засвідчують позитивні зміни щодо готовності майбутніх магістрів галузі знань «Охорона здоров'я» до реалізації економічних знань у професійній діяльності: у них підвищилася економічна компетентність, правова обізнаність, здатність ефективно й творчо використовувати одержані знання для планування з урахуванням змін на ринку охорони здоров'я.

Узагальнюючи, зауважимо, що результати опитування вказують на загальний високий рівень підготовки здобувачів з економічних дисциплін, що дозволить майбутнім магістрам виважено будувати власну професійну кар'єру за обраною медичною спеціальністю на ринку охорони здоров'я, розуміючи закони, правила, тенденції його політики (товарної, цінової, розподілу, комунікацій, контролю), реальні світові, загальнодержавні, регіональні проблеми і потреби, ціннісні пріоритети.

Марчук І. А., Бурдейний О. О. Щерба І. Ю.
**ОСОБИСТИЙ БРЕНД ЛІКАРЯ ЯК НЕВІД'ЄМНА
СКЛАДОВА СУЧАСНОЇ МЕДИЦИНИ**

У сучасному світі, де інформація є легкодоступною, особистий бренд лікаря стає ключовим фактором успіху в медичній практиці. Це вже не просто мовиться про ім'я, а про унікальний образ, який формує довіру пацієнтів та вирізняє лікаря серед конкурентів. Особистий бренд лікаря – це, по суті, маркетингові зусилля, які спрямовуються на коло людей, чия довіра та прихильність важливі для професійного розвитку лікаря.

Мета нашої роботи – проаналізувати та довести чи спростувати важливість особистого бренду лікаря в сучасній практиці медичного працівника. Для досягнення цієї мети ми використовуємо такі матеріали та методи: інформаційні дані мережі Інтернет за допомогою пошукових сервісів Google та сторінок Facebook, Instagram у лікарів, які розвивають особистий бренд.

Проаналізувавши статті у зазначених джерелах, а також сторінки лікарів, які розвивають особистий бренд, ми розуміємо, що особистий бренд допомагає лікарю завоювати довіру пацієнтів, демонструючи професіоналізм, експертність та людяність.

Під час аналізу ми звертали увагу на те, наскільки правильно підібрано матеріал під цільову аудиторію, чи продуманий контент-план, чи сформований цілісний образ для аудиторії, чи наскільки персоналізований і, відповідно, впізнаваний особистий бренд лікаря, чи вирізняється серед інших і чим, чи естетично подана інформація тощо.

Сильний особистий бренд приваблює нових пацієнтів, які шукають саме цього лікаря, оскільки він викликає у них відчуття впевненості та надійності. Особистий бренд відкриває перед лікарем нові можливості для професійного