

1. Зоря Ю. Нова грамотність у цифровому суспільстві. *Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи*: матеріали обласної між нар. наук.-практ. конф. Київ, 29 листоп. 2017р. Київ, 393 с.
2. McCrindle M., Wolfinger E. The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations. Sydney: UNSW Press, 2009. 204 P.
3. Огнев'юк В. «Аватари» поступу. *Рідна школа*. 2017. № 9-10. С. 17-24. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rsh_2017_9-10_5.
4. Огнев'юк В. Лідери для нової української школи. *Неперервна освіта: акмеологічні студії. Педагогічні науки. Психологічні науки*. Київ, 2017. № 1. С. 4-13. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/127440543.pdf>

УДК 37.091.33:[005.963.5:615.15]

Білоусова Наталя

представник з дослідження ринку та вивчення суспільної думки представництво «Вьорваг Фарма ГмбХ і Ко. КГ» в Україні, 04112, м. Київ, вул. Дегтярівська, 62 nabel@ua.fm

СУЧАСНІ ТРЕНДИ В ФАРМАЦІЇ – ВЕКТОР ТРАНСФОРМАЦІЇ ЗМІСТУ НАВЧАННЯ МЕДИЧНИХ ПРЕДСТАВНИКІВ

Однією із соціально значущих для економіки та перспективних прибуткових галузей в Україні, що динамічно розвивається вже багато років поспіль, є фармація – передова за капітало- та наукоємністю галузь. На це вказують темпи зростання основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів: 2011р. – 119,8%; 2012 р. – 118,0; 2013 р. – 116,7%; 2014 р. – 119,6%; 2015 р. – 139,1% [4, с. 33]. У 2017-2018 р. великі підприємства отримали 100% чистого прибутку. І тим не менш, дослідники сучасних тенденцій розвитку фармацевтичної галузі дійшли висновку, що: «Роздрібний сегмент фармацевтичної галузі України, який відіграє головну роль у фармацевтичному забезпеченні населення, знаходиться на етапі формування та розвитку» [4, с. 37]. Серед основних тенденцій, які визначають розвиток світової високотехнологічної промисловості, дослідники називають пріоритет скорочення термінів виводу нових продуктів на ринок і кооперацію в здійсненні досліджень, розробок, виробництві, маркетингу [3, с. 44-45]. До цього процесу причетними є медичні представники, у функціональні обов'язки яких входить просування лікарських засобів, інформаційне забезпечення українського фармацевтичного ринку, своєчасність і якість якого значною мірою залежить від їхнього професіоналізму. Підтвердженням цьому є результати проведених соціологічних досліджень як в Україні, так і в країнах ЄС.

У зв'язку з цим актуалізується питання постійної модернізації змісту їх навчання на основі реалізації випереджального принципу. Для цього необхідно знати сучасні тренди у просуванні лікарських засобів. Результати вивчення аналітичних даних, наукових праць уможливають виокремлення деяких з них: зниження ефективності візиту до лікаря і розроблення заходів, що підвищують цю ефективність; обмеження діяльності медичних представників, які торкаються часу і місця (поза робочого часу і поза робочого місця); заохочення лікарів (подарунки та інші форми матеріального заохочення) тощо; обмеження на рекламу лікарських засобів; використання комп'ютера (планшета) під час візиту; зростання інтерактивної частини інформації та аналіз візитів; збільшення позавізитних засобів просування лікарських засобів серед лікарів, передусім через Інтернет; зниження

впливу лікарів на процес прийняття рішення і підвищення ролі інших учасників процесу – дистриб'юторів і аптек, «платників», пацієнтів; орієнтація в просуванні не тільки на лікарів, але і на самих пацієнтів: patient oriented approach; зростання популярності електронних форм навчання медичних представників [1, с. 37].

Не зважаючи на те, що ці тренди було виокремлено на основі аналізу діяльності медичних представників у різних країнах світу та опубліковано С. Давидовим ще в 2014 р., вони залишаються актуальними для удосконалення роботи цих фахівців у великих і малих фармацевтичних компаніях і представництвах. Він зауважує, що медичні представники ще тривалий період часу будуть залишатись основним дієвим каналом просування рецептурних препаратів.

А тому, щоб підтримувати ефективність роботи на фармацевтичному ринку фармацевтичні компанії в усьому світі спрямовують значні фінансові, технічні і технологічні, кадрові ресурси на підвищення продуктивності їх праці – аналізують увесь покроковий процес діяльності, підвищують якість теоретичної і практичної підготовки, впроваджують нові методики і технології навчання, використовують електронні і програмні продукти, вносять зміни в адміністрування тощо.

Отже, весь час трансформується динамічне середовище, в якому постійно відбувається аналіз і пошук найкращих рішень. Це спонукає звернути увагу на тренди, пов'язані зі змінами в освітньому середовищі: інтенсифікацією процесу навчання, появою інструментів для дистанційного навчання, поширенням міжнародних стандартів освіти [2], діджиталізацією тощо.

Список використаних джерел інформації:

1. Давыдов С. «А Posteriori: полевые силы. Ремедиум. Менеджмент. 2014. Июнь. С.32-37.
2. Заруба О.Г. Військова освіта: світові тренди та українські реалії. Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони. 2011. № 1-2(10-11). С. 32-37.
3. Кохно П., Чебатареv С., Глыбина Т. Тенденции развития высокотехнологической промышленности. Общество и экономика. 2015. № 4-5. С. 44-63.
4. Мороз С. Г., Сагайдак-Нікіт'юк Р.Г. Дослідження сучасних тенденцій розвитку фармацевтичної галузі України. Соціальна фармація в охороні здоров'я. 2016. Т.2, № 4. С. 32-38. URL: <http://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/12299/1/91018-192776-1-PB.pdf>

УДК 37:339.138

Бойко Наталія

викладач спецдисциплін

Ржищівський будівельний технікум

Україна, м.Ржищів

boiko_n_m@ukr.net

ПРИЙОМИ МОТИВАЦІЇ ТА СТИМУЛЮВАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТУДЕНТІВ

Навчання – це цілеспрямована, заздалегідь спроектована взаємодія того, хто навчає, і того, хто навчається. Організація навчання передбачає, що педагог здійснює педагогічну діяльність, а студенти здійснюють навчально-пізнавальну діяльність. Саме у виявленні високої активності у навчально-пізнавальній діяльності відбувається опанування навчального матеріалу. Силою змусити оволодіти знаннями не можна. Якщо у