

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

*Матеріали Четвертої
Всеукраїнської наукової конференції,
м. Київ – Дубаї (ОАЕ), 28 лютого – 5 березня 2012 р.*

Київ
ДП «Видавничий дім «Персонал»
2013

Видання здійснене в рамках проекту “Наукові праці МАУП”

К65

Концептуальні засади формування менеджменту в Україні:
Матеріали Четвертої Всеукр. наук. конф., м. Київ – Дубаї (ОАЕ),
28 лют. – 5 берез. 2012 р. / МАУП; уклад. О. В. Баєва, Н. І. Новальська,
Л. В. Старих. — К.: ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2013. — 292 с.

До збірника увійшли доповіді пленарних та секційних засідань, в яких розглядалися питання управління стратегічним зростанням конкурентоспроможності підприємств, сучасних аспектів управління персоналом, управління освітою та методики викладання у вищій школі, концепцій розвитку управління бізнесом, проблем та перспектив розвитку менеджменту в галузі охорони здоров’я.

Для науковців, освітян, менеджерів різних рівнів управління, а також усіх, хто цікавиться проблемами менеджменту та розвитком управлінської думки в Україні.

ББК 65.9(4УКР)290-2я43

© Міжрегіональна Академія управління
персоналом (МАУП), 2013

© ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2013

Н. Г. Швець

Роль та місце ергономіки
в підготовці
сучасних менеджерів..... 110

Л. В. Бірдус

Зарубіжний досвід проведення
атестації персоналу 114

В. М. Колпаков

Проблеми методологічного сервісу
системи самоменеджменту
керівника..... 117

Л. А. Дяченко

До питання про організаційні
підходи управління трудовим колек-
тивом та їх взаємозв'язок
із рівнем прибутку
підприємства 120

І. М. Николин

Нематеріальне стимулювання
продуктивності трудової
діяльності в умовах
сучасного виробництва 123

Л. С. Дорошенко

Особливості формування
трудового потенціалу в умовах транс-
формації економіки. 126

М. В. Колпаков

Самоменеджмент у системі
економічних відносин персоналу під-
приємств..... 130

Л. В. Бірдус, Д. Т. Віннічук

Організація діяльності
управлінського персоналу
молочної ферми 133

Н. І. Лапицька

Роль кадрового діловодства в системі
управління персоналом..... 138

Н. Г. Чайка

Необхідні вміння сучасних
менеджерів як орієнтир

для побудови освітніх програм під-
готовки магістрів за спеціальністю
“Адміністративний менеджмент”
143

Л. В. Старих

Досвід організації проходження
наскрізної практики студентами
спеціальності “Маркетинг”,
спеціалізації “Маркетинг
медицини та фармації” 147

К. О. Ткаченко

Організаційно-економічні механізми
підготовки фахівців водного
транспорту..... 151

Н. В. Головач

Структурно-функціональна
модель професійної
компетентності фахівця
з управління персоналом та економі-
ки праці 155

І. Я. Жабюк

Оцінка стану національної
економічної безпеки в Україні..... 162

А. І. Бобунов, Т. В. Семенюк

Метод навчання фахівців
ситуаційного менеджменту
на підставі експертної
інформації 166

С. Ф. Радзімовська

Формування та розвиток адміні-
стративної культури..... 169

Н. О. Комісаренко

Топ-менеджери ХХІ століття 173

О. В. Куроченко, М. О. Левченко

Методи оцінювання рівня
економічної безпеки
підприємства..... 176

М. С. Дученко

Управління бізнес-процесами
на підприємстві та їх оцінка..... 180

ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ПРОХОДЖЕННЯ НАСКРІЗНОЇ ПРАКТИКИ СТУДЕНТАМИ СПЕЦІАЛЬНОСТІ "МАРКЕТИНГ", СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ "МАРКЕТИНГ МЕДИЦИНИ ТА ФАРМАЦІЇ"

В Україні доволі швидкими темпами відбуваються зміни в суспільстві та економіці. Попит на фахівців із професійними компетенціями з маркетингу постійно зростатиме. За умов побудови ринкової економіки, підготовка кадрового складу вітчизняних фахівців-маркетологів із високим рівнем професійних компетенцій передбачає знання ними основних теоретичних положень, практичних кроків та результатів сучасних економічних перетворень [1].

Висока динаміка трансформації нашого суспільства ставить перед вищою школою нові нетрадиційні завдання, тому система освіти і науки повинна не тільки адаптуватися відповідно до соціально-економічної ситуації в державі, а й випереджати ці процеси, формуючи їх суть і кадрове забезпечення [2].

Вищі навчальні заклади державної та приватної форми власності не так давно почали проводити підготовку студентів за спеціальністю "Маркетинг медицини та фармації". Отже, можна сказати, що ця спеціальність є "молодою" на території України.

Міжрегіональна Академія управління персоналом є одним із провідних навчальних закладів, який забезпечує підготовку фахівців з маркетингу за денною та заочною формами навчання. Але, оскільки ринок держави в цілому відчуває нагальну потребу у зазначеного характеру фахівцях, то доцільним є розширення форм підготовки маркетологів з медицини та фармації.

Високий рівень фахівця забезпечується належною теоретичною підготовкою студента. Невід'ємною складовою процесу підготовки фахівців у вищому навчальному закладі є практика.

Згідно з положенням проведення практики студентів вищих навчальних закладів України [3] навчальні плани підготовки фахівців освітньо-кваліфікаційних рівнів "бакалавр", "спеціаліст" і "магістр" передбачають наскрізну практичну підготовку. Наскрізна програма практики студентів — це основний навчально-методичний документ, що регламентує мету, зміст і послідовність проведення практики студентів на визначених базах практики, підбиття підсумків практики студентів і містить

рекомендації щодо видів, форм і методів контролю якості підготовки (рівень знань, умінь й навички), які студенти мають набувати під час проходження практики за кожним освітньо-кваліфікаційним рівнем: бакалавр, спеціаліст, магістр.

Для студентів спеціальності “Маркетинг”, спеціалізації “Маркетинг медицини та фармацевції”, заплановані такі види практик:

- навчальна практика;
- виробнича практика;
- переддипломна практика;
- науково-дослідна та педагогічна практика.

З метою визначення того, що є найкориснішим для студентів під час проходження практики, нами було проведено опитування. Проаналізувавши відповіді студентів, ми дізнались, що для 22,4 % респондентів основна корисність практики полягає у спілкуванні зі співробітниками підприємств (установ); 22,5 % — закріпленні теоретичних знань та навичок роботи; 21,4 % — отриманні інформації про специфіку роботи маркетинголога; 22 % — знайомстві з роботою організації; 7,3 % — можливості проявити себе як компетентного працівника; 4,4 % — отриманні досвіду роботи. Як бачимо, немає значної відмінності між варіантами відповідей, що можна пояснити достатньо вдалою реалізацією цілей, які зазначені у наскрізній програмі практики — це й спілкування з метою отримання досвіду; і закріплення теоретичних знань та навичок; й отримання інформації про специфіку професійної діяльності; і знайомство з роботою організації.

Практична підготовка студентів проводиться в базових установах:

1. Медичні центри (різного профілю) (лікувально-діагностичний центр; косметологічний центр; центр відновного лікування; наркологічний центр; онкологічний центр; офтальмологічний центр; психоневрологічний центр; оздоровчий центр; гастроентерологічний центр; отоларингологічний центр; діагностичний центр (різного профілю); міжнародний дитячий медичний центр; центр здоров'я (Український, республіканський, обласний, міський, районний).

2. Приватні санаторії (у тому числі однопрофільний, багатoproфільний, спеціалізований; приватний санаторій для дітей з батьками; приватний санаторій-профілакторій).

3. Аптеки.

4. Аптечні пункти.

5. Аптечні бази (склади).

6. Бази (склади) медичної техніки.

7. Бази спеціального медичного постачання (центральна, республіканська, обласна).

8. Магазили (медичної техніки, медичної оптики, хімреактивів).

9. Заводи медичного обладнання “Біомедскло”, протезно-ортопедичні заводи.

10. Фармацевтичні фабрики з виготовлення вакцин та сироваток.

11. Представництва виробничих підприємств: вітчизняних (наприклад, Фармацевтичної фірми “Дарниця”) та іноземних (наприклад, Угорського хімічного заводу “Геден Ріхтер”).

12. Представництва посередницьких фірм: вітчизняних (наприклад,

підприємств “Артур-К”, “Біокон” тощо) та зарубіжних (наприклад, польської оптової фірми “Ціех-Польфа”).

Студенти вечірньої, заочної, дистанційної форм навчання, які працюють за фахом, можуть проходити практику за місцем роботи. В інших випадках студенти проходять практику на базах практики, визначених Академією. Узгоджені бази для проходження практики затверджуються на засіданні кафедри адміністративного та медичного менеджменту.

Бази практики в особі керівника приймають студентів на практику згідно з календарним планом проходження практики; створюють необхідні умови для виконання студентами програми практики; надають студентам і керівникам практики від кафедри можливість користуватись виробничими приміщеннями у межах програми практики, а також нормативною та іншою документацією, необхідною для виконання програми практики. На визначений календарним планом термін практики наказом призначається керівник практики, який забезпечує безпосереднє керівництво практикою студентів на робочих місцях; забезпечуються необхідні умови на кожному робочому місці для оволодіння студентами навичками, уміннями, знаннями відповідно до програми практики; організовується робота на робочих місцях; контролюється дотримання студентами правил внутрішнього розпорядку, техніки безпеки, виконання програм практики; ведеться облік присутності студентів на робочих місцях під час практики; даються письмові характеристики

виробничої діяльності кожного студента під час проходження практики; несеться відповідальність разом з керівником від кафедри за організацію, якість і результати практики.

На основі наскрізної програми практики студентів щорічно розробляються або перезатверджуються робочі програми відповідних видів практики, які входять до комплексу основних навчально-методичних документів та реалізують завдання освітньо-професійної програми підготовки й освітньо-кваліфікаційної характеристики фахівців з медичного та фармацевтичного маркетингу та відповідають їх змісту щодо практичних знань і навичок.

Робочі програми всіх видів практики розкривають її мету і зміст, організацію проходження, обов'язки і відповідальність студентів, дають рекомендації щодо оформлення звіту і підбиття підсумків практики. Основна ціль наскрізної робочої програми полягає у чіткому плануванні та регламентуванні всієї діяльності студентів і керівників практик протягом того періоду навчального процесу, що проводиться на базі практики.

У робочій програмі наскрізної практики наводиться чітка схема написання й оформлення звіту про проходження практики, даються рекомендації стосовно пошуку літературних джерел. Особлива увага звертається на використання комп'ютерних технологій під час написання звіту [1].

При проходженні наскрізної практики студенти спеціальності “Маркетинг”, спеціалізації “Маркетинг медицини та фармацевції” повинні знати: основи гуманітарних, со-

ціально-економічних, математичних і природничо-наукових дисциплін для вирішення професійних, соціальних, наукових і педагогічних завдань; закони функціонування фармацевтичного ринку та засобів його регулювання; тенденції розвитку попиту, розробки стратегії розвитку підприємства і тактики його ринкової поведінки; економічне регулювання діяльності закладів охорони здоров'я; методи виявлення і формування нових потреб, оцінки їх ролі в структурі потреб різних груп споживачів медичних та фармацевтичних послуг; підходи до розробки товарної і комунікаційної політики закладів охорони здоров'я; стратегії збуту, канали розподілу й організацію системи руху товару і продажів фармацевтичного закладу.

Під час проходження практики студентам рекомендується накопичувати цифровий і фактичний матеріал для написання курсової (дипломної) роботи.

Таким чином, підготовка фахівців з маркетингу медицини та фармації, які будуть здатні успішно працювати в умовах конкурентної ринкової економіки, може бути успішною

лише за умови тісної інтеграції трьох складових: глибокого опанування теорії маркетингу, знання проблематики практичної діяльності професійних маркетологів та специфіки галузі охорони здоров'я.

Література

1. *Баєва О. В., Черній В. П.* Досвід організації проходження наскрізної практики студентами спеціальності 7.050.201 “Менеджмент організацій” за спрямуванням “Менеджмент у медичному обслуговуванні” // Вісн. Укр. Акад. держ. упр. при Президентові України. — 2001. — № 3. — С. 87–292.
2. *Кремень В. Г.* Єдність завдань реформування і забезпечення стабільності — запорука вищої школи: Доп. міністра освіти і науки України на підсумковій колегії Міністерства освіти і науки України, 19 жовт. 2000 р. // Освіта. — 2000. — № 47–48. — С. 1–3.
3. *Наказ Міністерства освіти України* “Про затвердження Положення про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України” від 08.04.93 № 93 із змінами, внесеними згідно з наказом Міністерства освіти від 20.12.94 № 351.