Национальный фармацевтический университет

Кафедра фармацевтического маркетинга и менеджмента

РАБОЧИЙ ЖУРНАЛ ПО

ЭТИКЕ И ДЕОНТОЛОГИИ В ФАРМАЦИИ

Для соискателей высшего образования факультета подготовки иностранных граждан специальности «Фармация»

Харьков – 2019

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
Введение	3
Содержательный модуль 1. Этические и деонтологические аспекты – составляющие нравственности фармацевтических работников	4
Тема 1. Профессиональная этика фармацевтических работников	4
Тема 2. Профессиональная нравственность фармацевтических работников	6
Тема 3. Основы профессиональных коммуникаций	9
Тестовые задания к темам 1-3	12
Тема 4. Морально-психологический климат в коллективе	15
Тема 5. Стимулирование труда фармацевтических работников	16
Тема 6. Биоэтика как современное направление медицины и фармации	19
Тестовые задания к темам 4 – 6	21
Содержательный модуль 2. Этические и деонтологические основы взаимодействия субъектов медицины и фармации	24
Тема 7. Этические и биоэтические принципы продвижения лекарственных препаратов на фармацевтический рынок	24
Тема 8. Этические аспекты управления трудовыми коллективами в аптечных/фармацевтических организациях	27
Тема 9. Бизнес-этика	28
Тема 10. Права и ответственность фармацевтического работника.	31
Тестовые задания к темам 7-10	33

Введение

В настоящее время в современной медицине и фармации наблюдается быстрое изменение привычных условий деятельности врача и фармацевта.

В сфере реализации ЛП расширилась продажа медикаментов в общей торговле (например, в супермаркетах), в ряде стран получила распространение продажа через Интернет.

В индустриальном обществе наметилась тенденция рассматривать провизора исключительно как продавца лекарственных препаратов (ЛП), т.к. функции их изготовления и, в значительной степени информирования о них врачей и провизоров, взяла на себя промышленность.

Но провизор, по-прежнему, остается последней линией защиты пациентов. Динамический рост фармацевтического рынка Украины, широкое развитие самолечения больных накладывает на провизора возросшую ответственность в деле осуществления фармацевтической опеки.

Во время обучения будущие специалисты должны получить необходимую этико-деонтологическую подготовку, которая давала бы научно обоснованные нравственные ориентиры для решения возможных проблем, вытекающих из объективных тенденций и направлений развития медицины и фармации.

Дисциплина «Этика и деонтология в фармации» имеет 1 модуль, который разделен на 2 содержательных модуля.

Данный рабочий журнал содержит теоретические вопросы, ситуационные и тестовые задания к семинарским занятиям.

Рабочий журнал для семинарских занятий предназначен для соискателей высшего образования факультета подготовки иностранных граждан обучающихся по специальности «Фармация».

СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ 1

Этические и деонтологические аспекты – составляющие нравственности фармацевтических работников

Тема 1. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ РАБОТНИКОВ

Цель занятия: ознакомиться с понятийным аппаратом этики, деонтологии и морали. Закрепить теоретические знания об историческом пути развития этики.

Теоретические вопросы:

1. Дайте понятие «этика»
2. Укажите отличие этики от деонтологии
3. Исторический путь развития этики:
   - ✓ охарактеризуйте начальный этап становления этики;
   - ✓ суть учения этического релятивизма;
   - ✓ содержание учения этического рационализма;
   - ✓ взгляды на этику сторонников учения эвдемонизм и гедонизм;
   - ✓ охарактеризуйте этику эпохи средневековья;
   - ✓ этика в Новое время;
   - ✓ этика конца XX– начала XXI века.
4. Назовите проблемы этики в настоящее время
5. Происхождение морали, ее функции
6. Объясните высказывание В.Г. Белинского «Есть много родов образования и развития, и каждое из них важно само по себе, но выше всех должно стоять образование нравственное»

Литература:

1. Фармацевтическая этика и деонтология. Тексты лекций. / З. Н. Мнушко, Н. М. Дихтярева, Н. В.Чернобровая, С. В. Хименко – Х.: Изд-во НФаУ : Золотые страницы. - 2002. – 88 с.

2. Этика и деонтология в фармации: Метод. рекомендаци к семинарским занятиям отечественных и иностранных студентов спец. «Фармация» / З. Н. Мнушко, Н. Н. Слободянюк, З. Р. Сафиулина и др. – Х.: Изд-во НФаУ. – 2009. – 112с.

3. Тексты лекций (официальный сайт НФаУ, nuph.edu.ua.)

Практическая часть

Задание 1. Компания «Никомед» оказала помощь украинским новорожденным: помогла сохранить жизнь 100 детей с низкой массой тела, бесплатно предоставив препарат сурфактант (препарат помогает раскрыться легким новорожденных детей).

Раскройте суть концепции маркетинга, которую использует компания.

Задание 2. «Мне надоело терять друзей, которые умирают от рака и болезней сердца, - сказал владелец аптеки в третьем поколении. - Вот уже 96 лет мы продаем в нашем магазине табачные изделия и лекарства. Мы не может продолжать делать и то и другое».

Однажды служащие и члены семьи упаковали в коробки сигареты и табак - всего на 2000 долл. и сожгли. Первое, что сжег владелец аптеки, была выдана ему лицензия на торговлю табачными изделиями.

«Просто я не мог больше торговать табачными изделиями. - Нельзя ставить деньги выше здоровья ». Как поступили бы Вы?

Обоснуйте ваше отношение к ситуации.

Задание 3. Ряд зарубежных компаний достигли договоренности о фиксировании цены на генериковый аналог препарата Zantac после окончания срока действия патента. Им грозит штраф в размере 100 млн. фунтов.

Обоснуйте решение суда.

Задание 4. Украинская компания «Биофарма» презентовала детям, страдающих гипофизарным нанизмом (карликовость), 18000 фл. «Растана» на сумму около 2,5 млн. грн. (курс лечения для 100 детей).

Какой подход в компании к производственно-коммерческой деятельности?

Тема 2. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НРАВСТВЕННОСТЬ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ РАБОТНИКОВ

Цель занятия: ознакомиться с материалами ВОЗ о роли фармацевтов, с высокими требованиями к личности и труду фармацевта. Проработать основные положения Этического кодекса фармацевтических работников Украины. Разобрать особенности взаимоотношений работников системы здравоохранения с пациентом

Теоретические вопросы

1. ВОЗ о роли фармацевтов в системе здравоохранения

2. Выводы 1-го Европейского заседания ВОЗ в Мадриде о роли фармацевта в аптеке и в аптеке госпиталя (больничной)

3. Первое (глобальное) заседание, Нью-Дели о «Содержании фармации и функции фармацевтов»

4. Второе глобальное заседание ВОЗ в Токио (объясните сущность концепции фармацевтического обслуживания)

5. 3-е заседание, посвященное подготовке будущих фармацевтов («фармацевт 7 звездочек»), Ванкувер

6. Четвертое заседание «Роль фармацевта в самолечении ...», Гаага, GPP

7. Этический кодекс фармацевтических работников Украины

8. Взаимоотношения между провизором и пациентом

9. Взаимоотношения между провизором и врачом

10. Взаимоотношения между провизором и коллегами

Литература

1. Фармацевтическая этика и деонтология. Тексты лекций. / З. Н. Мнушко, Н. М. Дихтярева, Н. В.Чернобровая, С. В. Хименко – Х.: Изд-во НФаУ : Золотые страницы. - 2002. – 88 с.

2. Мешковский, А. П. ВОЗ о роли фармацевтов / А. П. Мешковский // Фарматека. – 1999. – №6. – С. 3–5.

3. Знание профессиональной этики и деонтологии – составляющие успеха в деятельности провизора / З. Н. Мнушко, З. Р. Сафиулина, И. В. Пестун, М. Л. Оккерт // Провизор. – 2011. – № 6. – С. 30 – 35.

4. Тексты лекций (официальный сайт НФаУ, nuph.edu.ua.)

Практическая часть

Задание 1.

Фармацевтическая этика разрабатывает

Фармацевтическая деонтология изучает

Задание 2. Критерии «идеального провизора» с точки зрения руководителей аптечных учреждений.

Задание 4. GPP – Good Pharmacy Practice. Правила надлежащей аптечной практики разработаны с целью обеспечения

Задание 5. Провизор, отпуская каптоприл больному, сказал, что препарат имеет много побочных осложнений. Больной ушел из аптеки, сомневаясь в профессионализме врача и качестве назначенного ЛП. Обоснуйте ваше отношение к ситуации.

Задание 6. Юристы настоятельно рекомендуют врачам максимально подробно описывать разговор с пациентом, все действия врача и назначения, а также просить пациента поставить свою подпись под всей полученной информацией. По существующим нормативам у доктора, который ведет амбулаторный прием в государственной поликлинике, есть только 15 минут. Каково ваше мнение об этой ситуации?

Задание 7. Токсикологи бьют тревогу по поводу частого употребления парацетамола. 26 фирм выпускают парацетамол под различными названиями: эффералган, тайленол, панадол, калпол, фервекс, колдрекс и др. О каждом ЛП в рекламных роликах указывается, что он «мгновенно ставит на ноги», сбивает температуру, устраняет боль. Но передозировка грозит большими неприятностями, например, печеночной недостаточностью. В Европе и Америке парацетамол занимает первое место по количеству летальных исходов вследствие отравления. Обнаружена генотоксические действие в лабораторных тестах (повышенный уровень мутагенности и канцерогенности). Что может сделать провизор в данной ситуации?

Тема 3. ОСНОВЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

***Цель занятия*:** изучить коммуникативные подходы при высказывании суждений и восприятии информации, ознакомиться со стандартами обслуживания посетителей в аптеке, охарактеризовать этапы алгоритма общения провизора с посетителем, научиться работать с возражениями посетителей.

Теоретические вопросы

1. Общение на работе
2. Коммуникативные подходы при высказывании суждений
3. Способы восприятия информации
4. Стандарты обслуживания посетителей в аптеке
5. Алгоритм работы провизора с посетителем. Охарактеризуйте этапы
   Этап 1. Приветствие и установление личного контакта
   Этап 2. Диагностика потребностей клиента
   Этап 3. Консультация и презентация
   Этап 4. Продажа и допродажа
   Этап 5. Завершение контакта
   Этап 6. Другие положения: возражения, очереди, конфликтные ситуации
6. Психология взаимоотношений: провизор и посетитель аптеки
7. Комплайенс – взаимопонимание между врачом и пациентом

Литература:

1. Бронштейн, Марти. Эффективное общение для «чайников»: / М. Бронштейн: пер. с англ.– М. : Издательский дом «Вильямс», 2007. – 336 с.

2. Малец, Л. Корпоративная этика: практические рекомендации для лидера / Л. Малец // Персонал. – 2001. – № 2 (62). – С.72–73.

3. Менабде, Н. Надлежащая аптечная практика (НАП) в общественной и больничной аптеках / Н. Менабде, Е. Егоренкова // Провизор. – 1999.– №18.– С. 26–28.

4. Ходаковская, Ю. Сервис на высшем уровне / Ю. Ходаковская //Фармvivat. – 2006. – № 1.– С. 8 – 9.

5. Ходаковская, Ю. Стандарты – элемент вашего бренда / Ю. Ходаковская // Фармvivat.– 2006.– № 3.– С. 4 –5.

6. Фармацевтическая опека – важнейший аспект клинической фармации / И. А. Зупанец, В. П.Черных, С. Б. Попов, Н. В. Бездетко // Провизор.– 2000.– № 11.– С. 6 – 7.

7. Чебаненко Н. Тандем “продавец – покупатель”: секреты успешных продаж / Н. Чебаненко // Фармvivat. – 2006. – № 2. – С. 9 – 10.

8. Этика и деонтология в фармации : метод. рекомендации к семинарским занятиям отечественных и иностр. студентов спец. «Фармация» / З. Н. Мнушко, Н. Н. Слободянюк, З. Р. Сафиулина и др. – Х. : Изд-во НФаУ. – 2009. – 112 с.

9. Тексты лекций (официальный сайт НФаУ, nuph.edu.ua.)

Практическая часть

Задание 1. При высказывании суждений люди используют 4 коммуникативных подхода: агрессивный, неубедительный, пассивно-агрессивный и ассертивный. Опишите их.

Задание 2. Существуют 4 способа восприятия информации. Люди слушают пассивно, избирательно, внимательно и активно. Опишите их.

Задание 3. Существуют следующие типы посетителей аптек. Каковы правила общения с ними?

Визуалы

Аудиалы

Кинестетики

Задание 4. Охарактеризуйте содержание этапов алгоритма общения провизора с посетителем аптеки.

Этап 1.

Этап 2.

Этап 3.

Этап 4.

Этап 5

Этап 6.

Задание 5. Комплаенс – это

Тестовые задания к темам 1-3

1.Термин «этика» ввел в научный оборот

а) Бумке;
б) Поттер;
в) Бентам;
г) Аристотель.

2. Этика – наука о

а) морали;
б) бытии;
в) познании мира.

3. Направление в нравственной философии, которое заключалось в стремлении установить гармонию между добродетелью, стремлением к счастью

а) гедонизм;
б) эвдемонизм;
в) стоицизм;
г) этический рационализм.

4. Философское учение, которое жизнь человека связывало с самоограничением чувственных удовольствий и стремлением к достижению высших нравственных ценностей

а) гедонизм;
б) эвдемонизм;
в) аскетизм;
г) этический рационализм;

д) этический релятивизм.

5. Подберите синоним для слов «сочувствовать», «сопереживать»

а) симпатия;

б) эмпатия;

в) комплаенс;

г) союз больной – провизор.

6. Функция, которую не может выполнять провизор

а) участвовать в разработке законодательства о ЛП;

б) руководить закупками, хранением и распространением ЛП;

в) осуществлять маркетинг и пострегистрационный контроль ЛП;

г) предлагать замену рецептурных ЛП;

д) осуществлять подготовку фармацевтических кадров.

7. В Украине провизор должен довести до сведения пациента информацию о ЛП, приведенную в

а) инструкциях по медицинскому применению лекарственных средств;

в) материалах научной статьи;

г) рекламном буклете на ЛП;

д) все верно.

8. Будущая бизнес-модель развития фармации предполагает

а) рост рынка новых лекарственных препаратов;

б) создание лекарственных препаратов с прицельным механизмом действия;

в) внедрение модели – Компании по управлению здоровьем

9. Собеседник демонстрирует терпение, говорит по теме сообщения. Стремится разобраться в причинах эмоций, под влиянием которых находится говорящий. Способ восприятия информации

а) пассивный;

б) избирательный;

в) внимательный;

г) активный.

10. Провизор должен уметь правильно говорить и слушать посетителей аптек, используя необходимые подходы. Определите их

а) агрессивно-ассертивный;

б) агрессивно-избирательный;

в) ассертивно-активный;

г) ассертивно-внимательный.

11. Отцом деонтологии считают:

а) Поттера;

б) Гиппократа;
в) Аристотеля;
г) Бумке.

12. Укажите требование, которое не входит в современные требования к фармацевтам, получивших название «7 звездочек»

а) фармацевтический работник – участник системы здравоохранения;
б) он способен принимать ответственные решения;
в) владеть отличными знаниями по химии, фармакологии и др.;
г) специалист по коммуникациям.

13. Решающее значение (60%) для успешного завершения процесса продажи имеет

а) правильно преподнесенная посетителю аптеки информация;
б) мелодия, ритм и тембр голоса провизора;
в) манера поведения, умение держать себя, взгляд, жестикуляция.

14. Укажите учение об этике, где все добродетели пронизаны разумностью. Зло индивид делает только по неведенню

а) гедонизм;
б) эвдемонизм;
в) этический рационализм;
г) стоицизм.

15. Основоположниками этического релятивизма считают

а) Протагора и Горгия
б) Сократа и Платона;
в) Аристотеля.

Тема 4. МОРАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ КЛИМАТ В КОЛЛЕКТИВЕ

Цель занятия: ознакомиться с понятиями «морально-психологический климат», «корпоративная культура» (КК), ее составляющие, типы. Изучить методы по созданию КК, проведению мониторинга КК. Ознакомиться с методом «Тайный покупатель».

Теоретические вопросы

1. Понятия «морально-психологический климат», «корпоративная культура»
2. Составляющие (инструменты) корпоративной культуры
3.Охарактеризуйте типы корпоративных культур по классификации (Моутон-Блейка)
   - «загородный клуб»;
   - власть – подчинение;
   - организационное управление;
   - групповое управление или команда;
   - «обедненное» управление.
4. Проведите аналогию вышеуказанной классификации корпоративных культур с «решеткой менеджмента»
5. Создание корпоративной культуры
6. Построение корпоративной культуры – модель кругов
7. Мониторинг корпоративной культуры
8. Суть метода «Тайный покупатель»

Литература:

1. Малец, Л. Корпоративная этика: практические рекомендации для лидера / Л. Малец // Персонал. – 2001. – № 2 (62). – С. 72 – 73.
2. Формування корпоративної культури фармацевтичного підприємства : метод. рек. / уклад. : З. М. Мнушко, Г. М. Лисак. – Х. : НФаУ. – 2003. – 23 с.
3. Этика и деонтология в фармации : метод. рекомендации к семинарским занятиям отечественных и иностр. студентов спец. «Фармация» /З. Н. Мнушко, Н. Н. Слободянюк, З. Р. Сафиулина и др. – Х. : Изд-во НФаУ. – 2009. – 112 с.
4. Тексты лекций (официальный сайт НФаУ, nuph.edu.ua.)

Практическая часть

Задание 1. Создание корпоративной культуры предполагает наличие следующих составляющих – «я», неформальные отношения, формальные отношения,

материально-технические отношения, цели, стратегия, политика, тактика. Нарисуйте модель кругов (концентрические иокружности) и расположите указанные составляющие.

Задание 2. Укажите содержание Кодекса деловой этики. Какие вопросы освещаются в нем?

Тема 5. СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРУДА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ РАБОТНИКОВ

Цель занятия: ознакомиться с мотивационными типами людей, основными правилами и методами мотивации. Изучить основные методы оценки персонала. Определить демотивирующие факторы в работе провизора и пути их устранения.

Теоретические вопросы

1. Классики теории менеджмента о мотивации труда
2. Дайте характеристику мотивационному типу людей:
   - инструментальный;
   - профессиональный;
   - хозяйский;
   - патриотический;
   - избегающий.
3. Основные правила мотивации
4. Способы определения мотивации работников
5. Методы мотивации: экономический метод, новые задания – «обогащение работы», привлечение к руководству
6. Основные методы оценки (аттестации) персонала:
   - оценка деятельности (профессиональных знаний и компетенций);
   - методика «360 градусов»;

- метод анкетирования;
- метод классификации (ранжирование по определенному критерию);
- тестирование

7. Система сбалансированных показателей (KPI) и ее связь с мотивацией
8. Демотивирующие факторы, мешающие работе аптек и направления мотивации труда
9. Причины неудовлетворенности провизоров от работы и пути устранения причин
10. Приверженность или вовлеченность персонала

Литература

1. Мельман, В. А. Мотивация профессиональной деятельности провизора / В. А. Мельман // Провизор. – № 11. – 2008. – С. 26 – 30.
2. Мнушко, З. Н. Кадровый менеджмент: принципы, задачи, направления, эффективность // З. Н. Мнушко, И. В. Пестун. // Провизор. – 2008. – № 8. – С. 4 – 10.
3. Некраха, Т. В. Вознаграждение как отражение трудового вклада / Т. В. Некраха // Провизор – 2004. – № 1. – С. 5 – 6.
4. Пак, Т. В. Мотивация фармацевтического персонала в рамках концепции менеджмента качества / Т. В. Пак, Е. Е. Лоскутова // Фармация. – 2007. – № 6. – С. 25 – 27.
5. Посылкина, О. В. Внедрение системы материального стимулирования работников фармацевтических предприятий на основе комплексной оценки результатов труда / О. В. Посылкина, А. А. Яремчик, Е. В. Козырева // Провизор. – 2006. – № 12. – С. 15 – 18.
6. Соколовский, И. Исследования мотивации персонала в условиях кризиса / И. Соколовский, С. Ходаковская // Маркетинговые исследования в Украине. – 2009. – № 5. – С. 26 – 36.
7. Тексты лекций (официальный сайт НФаУ, nuph.edu.ua.)

Практическая часть

Задание 1. Опишите систему сбалансированных показателей – **KPI** (key performance indicators).

Задание 2. Опишите основные методы оценки (аттестации) персонала:

Задание 3. Укажите демотивирующие факторы, мешающие работе провизора и пути устранения этих факторов

Задание 4. Неудовлетворенность провизора от работы. Что может сделать провизор, чтобы не допустить неудовлетворенности от работы?

Задание 5. Дайте характеристику вовлеченности (приверженности) персонала. Анкета «Q 12» института Гэллапа. Какие показатели содержит анкета?

Тема 6. БИОЭТИКА КАК СОВРЕМЕННОЕ НАПРАВЛЕНИЕ МЕДИЦИНЫ И ФАРМАЦИИ

Цель занятия: ознакомиться с историей формирования биоэтики, принципами и правилами биоэтики, примером Информированного согласия, этическими аспектами биомедицинских исследований в педиатрии, ролью Этических комитетов, а также концепцией **«3R»** в GLP.

Теоретические вопросы

1. Понятие и предмет изучения биоэтики, ее задачи
2. История формирования биоэтики как академической дисциплины и социального института
3. Хельсинская декларация ВМА (Всемирной медицинской ассоциации)
4. История документа, послужившего основой Хельсинской декларации
5. Принципы и правила биоэтики, определяющие отношение к пациенту как к личности:
   - принцип «уважение человеческого достоинства»;
   - принцип «primum non nocere»;
   - принцип «признание автономности личности»;
   - принцип справедливости.

5а. Правила в биоэтике:
   - правдивости;
   - неприкосновенности личной жизни;
   - конфиденциальности;
   - добровольного согласия.

6. Этические комитеты и их роль
7. Пример информированного согласия
8. Этические аспекты биомедицинских исследований в педиатрии
9. Концепция **«3R»** Рассела и Берча в GLP

Литература:

1. Этика и деонтология в фармации : метод. рекомендации к семинарким занятиям отечественных и иностр. студентов спец. «Фармация» / З. Н. Мнушко, Н. Н. Слободянюк, З. Р. Сафиулина и др. – Х. : Изд-во НФаУ. – 2009. – 112 с.

2. Тексты лекций (официальный сайт НФаУ, nuph.edu.ua.)

Практическая часть

Задание 1. В течение 40 лет (1932–1972гг.) длился широкомасштабный эксперимент американских врачей: наблюдение за естественным течением сифилиса у 400 американцев африканского происхождения. Все эти годы больным намеренно ограничивали доступ к эффективным средствам борьбы с болезнью.

Как можно оценить действия врачей? Ответ обоснуйте.

Задание 2. В XIX в. русский писатель и врач Викентий Вересаев описал серию исследований, где больных людей с научной целью заражали сифилисом, а они ни о чем не подозревали. Такие эксперименты были проведены известными зарубежными и русскими учеными. Подобная практика широко не афишировалась, о ней стало известно лишь в середине XX в.

Можно ли ставить интересы науки превыше всего и почему? Ответ обоснуйте.

Задание 3. «Теневое авторство» и многократное опубликование положительных результатов исследований в ущерб отрицательным, ведет к накоплению огромного массива информации, которая не отражает действительного соотношения эффективность\безопасность ЛП. Это может привести к потенциально опасным решениям о назначении тех или иных ЛП.

Следует ли рассматривать в СМИ отрицательные результаты исследований ЛП? В каких печатных изданиях целесообразно обсуждение данных результатов?

Задание 4. Благодаря биоэтике многие этические проблемы медицины (эвтаназия, клонирование человека, пересадка органов и др.) были извлечены из-под покрова медицины на яркий свет общественных дискуссий.

Считаете ли Вы допустимым использование эвтаназии, клонирования человека и др.?

Задание 5. Использование людьми в своих целях лабораторных животных несет в себе биоэтические, гуманитарные и психологические проблемы. Это формирование у определенной категории людей представления, что они имеют право на жизнь или смерть животных, бездушное отношение к страданиям лабораторных животных.

Считаете ли Вы использование альтернативных методов обучения (виртуальные модели, видеофильмы, слайды, муляжи, манекены и другие носители информации), а также использование клеточных культур достойным выходом из ситуации и почему?

Тестовые задания к темам 4 – 6

1. Один из классиков менеджмента сделал вывод по мотивации: «Забудьте о кнуте. Забудьте о прянике. Забудьте о деньгах. Сделайте так, чтобы вашим подчиненным было интересно работать»…

а) Фредерик Герцберг;
б) Абрахам Маслоу;
в) Дуглас МакГрегор.

2. Укажите демотивирующие факторы, отрицательно действующие на работу аптек

а) использование каких-либо навыков сотрудника, который он сам ценит;
б) отсутствие личного и профессионального роста сотрудников;
в) определенная самостоятельность в работе;
г) хороший психологический климат;
е) делегирование полномочий руководителем.

3. Предпосылками возникновения биомедицинской этики являются…

а) экологическое движение;
б) правозащитное движение;
в) осознание необходимости междисциплинарного подхода в осмыслении и практическом решении проблем, порожденных НТП;
г) все верно.

4. Хельсинская декларация – это

а) кодекс маркетинга детского питания;
б) свод требований к рекламе ЛП;
в) заявка об этических принципах в качестве руководства для врачей, принимаемых участие в клинических испытаниях.

5. При проведении клинических испытаний новых ЛП приоритет имеют

а) интересы науки и общества;

б) благополучие испытуемых;

в) интересы науки;

г) все верно.

6. Топ-менеджеры западных компаний подчеркивают важность «социальной компетентности», что представляет собой умение…

а) понять другого человека;

б) обладать эмпатией;

в) чувствовать ответственность за людей;

г) все верно.

7. Идеология рабочей группы - совокупность идей и взглядов, отражающие

а) демографические условия;

б) социо - культурные факторы;

в) социально – политические представления.

8. На вопрос: «Какого рода информация о работодателе наиболее важна для вас?» студенты лучших американских бизнес - школ ответили…

а) величина заработной платы и социальный пакет;

б) корпоративная культура компании.

в) все верно.

9. Совокупность норм поведения и ценностей, общих для всех сотрудников организации – это

а) корпоративная культура;

б) организационная приверженность;

в) лояльность к организации.

10. Референтная группа – группа людей,

а) работающая в одной организации;

б) чье мнение для нас значимо;

в) заинтересованная в совместном труде.

11. При построении корпоративной культуры используется модель так называемых кругов. Начать следует с…

а) цели и миссии организации;

б) «неформальных отношений»;

в) «Я».

12. Наибольшее значение при регулировании конфликтов имеют нормы

а) политические; б) права; в) нравственные.

13. Дайте определение мотивации

а) потребность или желание, стимулирующее и направляющее поведение человека;

б) получение высокой зарплаты, социального пакета, возможность карьерного роста;

в) ожидания сотрудников.

14. Укажите внутренние мотивирующие факторы

а) высокая зарплата;

б) зарплата, обеспечивающая выживание;

в) социальный пакет;

г) удовлетворение от работы.

СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ 2

ЭТИЧЕСКИЕ И ДЕОНТОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СУБЪЕКТОВ ФАРМАЦИИ

Тема 7. ЭТИКА ПРОДВИЖЕНИЯ ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК

Цель занятия: ознакомиться с этическими критериями ВОЗ продвижения лекарственных препаратов на фармацевтический рынок, их целью и сферой применения. Рассмотреть роль опинион-лидеров в продвижении ЛП на рынок. Ознакомиться с деятельностью медицинских представителей, требованиями к ним, оценкой их работы.

Теоретические вопросы

1. Значение термина «продвижение»
2. Отличие лекарственных препаратов от других товаров
3. Цель и сфера применения этических критериев ВОЗ по продвижению ЛП на рынок
4. Суть этических критериев ВОЗ:

♦ продвижение лекарственных препаратов на рынок;
♦ рекламирование ЛП среди врачей и населения;
♦ роль медицинских представителей в продвижении ЛП;
♦ симпозиумы и другие научные совещания как способ продвижения ЛП;
♦ роль «opinion»-лидеров;
♦ постмаркетинговые исследования ЛП;
♦ требования к информации, содержащейся в инструкциях по медицинскому применению, брошюрах, а также требования к упаковке и маркировке.

5. Отличие рекламы ЛП для врачей и населения
6. Ограничения в отношении рекламы лекарственных препаратов
7. Директива ЕС о рекламе лекарственных препаратов растительного происхождения
8. Самолечение и роль фармацевта.

Литература:

1. Тексты лекций (официальный сайт НФаУ, nuph.edu.ua.)

Практическая часть

Задание 1. Ряд компаний достигли договоренности о фиксировании цены на генериковый аналог препарата Zantac после истечения срока действия патен-та. Им грозит штраф в размере 100 млн. фунтов.

Справедливо ли решение суда? Обоснуйте свой ответ.

Задание 2. Фирма «Bayer» недавно подверглась многочисленным нападкам в СМИ за защиту своего патента на Ciprobay – наиболее эффективного препарата в лечении сибирской язвы.

Можно ли расценивать данную ситуацию как постановку корпоративной прибыли выше интересов общественного здравоохранения? Как поступили бы вы?

Задание 3. Самолечение. Какова роль провизора при отпуске ОТС-ЛП?

Задание 4. Медицинский представитель, постучав в дверь врача, заходит в кабинет и с ходу начинает рассказывать о действии нового ЛП на молекулярном уровне. Врач, который вел рутинный прием, должен быстро включиться в разговор. За дверью ропщет очередь больных. Получив в подарок пару ручек, врач ощущает себя индейцем Америки, которому всучили стеклярус за его исконные земли. Почему?

Как бы вы построили разговор с врачом?

Задание 5. Реклама известной индийской фирмы для лечащих врачей: «Каждый дерматовенеролог, назначивший больным не менее 40 уп. таблеток (противогрибкового препарата), получает от компании электрический чайник, 80 уп. – радиотелефон, 120 уп. – телевизор с диагональю 37 см». Это цитата из листовок об акции: «Шаг за шагом к здоровым ногтям», которые давали врачам медпредставители этой компании. Врач должнен заполнить форму с указанием ФИО больных, их адреса и диагноза.

Этичны ли действия врачей и фирмы? Как поступить врачу?

Задание 5. Фармацевтический маркетинг безрецептурных ЛП особенно эффективен при демонстрации выгодных второстепенных свойств ЛП. Детский препарат парацетамола в форме сиропа продвигался солидной фирмой под девизом: «Полезный, потому что вкусный». Так как подчеркнули явные и привлекательные свойства препарата, реклама была успешной.

Есть ли нарушение этических принципов рекламы? Какова опасность длительного приема парацетамола детьми? Ответ обоснуйте.

Задание 6. Является ли допустимой данная реклама ЛП: «Натуральный и безопасный». Гарантирует ли природное происхождение препарата его эффективность и безопасность? Что говорится в Директиве Совета ЕС о такой рекламе?

Тема 8. ЭТИЧЕСКИЕ И БИОЭТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК

Цель занятия: ознакомиться с понятием «управленческая этика», основными составляющими культуры управленческого труда, понятием и оценкой профессиональной зрелости коллектива. Рассмотреть ограничения, которые препятствуют работе коллектива. Ознакомиться с основными типами поведения людей. Изучить «золотое» правило этики общения.

Теоретические вопросы:

1. Понятие «управленческая этика»
2. Основные элементы культуры управленческого труда
3. Профессиональная зрелость коллектива
4. Общие принципы взаимоотношений с подчиненными
5. Ограничения, препятствующие эффективной работе коллектива
6. Основные типы поведения людей
7. «Золотое» правило этики общения.

Литература:

1. Колпаков, В. Управление развитием персонала: теория и практика / В. Колпаков // Персонал. - 2004. - № 11. – С. 64 – 69.
2. Тексты лекций (официальный сайт НФаУ, nuph.edu.ua.)

Практическая часть

Задание 1. Управленческая этика - это

Задание 2. Профессиональная зрелость коллектива характеризуется

Задание 3. Степень зрелости коллектива измеряется по 4-х балльной шкале В. Зигерта и Л. Ланге. Какие показатели коллектива оцениваются?

Задание 4. Укажите основные типы поведения людей

Тема 9. БИЗНЕС-ЭТИКА

Цель занятия: ознакомиться с понятием «бизнес-этика», сферой ее действия. Рассмотреть подходы к социальной ответственности бизнеса. Ознакомиться со сложностями и перспективами фармацевтической индустрии, составить Кодекс деловой этики.

Теоретические вопросы:

1. Понятие «бизнес-этика»
2. Сфера действия бизнес-этики
3. Социальная ответственность бизнеса: «за» и «против»
4. Сложности и перспективы фармацевтической индустрии
5. Нарушения при продвижении ЛП
6. Случаи отзыва ЛП из фармацевтического рынка
7. Кодекс деловой этики
8. Деловое общение
9. Значение некоторых жестов

Литература

1. Знание профессиональной этики и деонтологии – составляющие успеха в деятельности провизора / З. Н. Мнушко, З. Р. Сафиулина, И. В. Пестун, И. Л. Оккерт // Провизор - 2011. - №6. – С. 30 – 35.

2. Основы предпринимательского дела. Благородный бизнес / под ред. Ю. М. Осипова. – М. : Ассоциация «Гуманитарное знание». – 1992. – 432 с.

3. Ходаковская Ю. Сервис на высшем уровне // Фармvivat.– 2006.–№1.– С.8–9.

4. Тексты лекций (официальный сайт НФаУ, nuph.edu.ua.)

Практическая часть

Задание 1. Бизнес этика – это

Задание 2. Подходы к социальной ответственности бизнеса.

Задание 3. В ходе компании маркетинга по продвижению препаратов фирма Х. Лундбег разместила материал рекламного характера о рецептурном препарате для лечения депрессии и шизофрении в издании "Полезные советы. Здоровье". Международная конфедерация общественных потребителей (КонфОП) усмотрела в публикации определенные нарушения и обратилась к рекламораспространителю и рекламодателю. Стороны достигли договоренности о соблюдении в дальнейшем правовых и этических норм маркетинговой практики на основе принципов саморегулирования.

Имело ли место нарушение рекламного законодательства и этических норм? Ответ обоснуйте.

Задание 4. Фармацевтические компании США потратили 675 млн. долл. на лоббирование своих интересов в правительстве. С помощью торговых представительств США они оказывали давление на локальные рынки, чтобы во всем мире росло потребление их брендов взамен применения непатентованных препаратов. Помимо этого, под натиском фармацевтов американские власти приняли решение сохранить запрет на импорт дешевых лекарственных препаратов из Канады и других стран.

Какие нормы были нарушены? Обоснуйте свой ответ.

Задание 5. Координатор ООН по вопросам распространения птичьего гриппа отметил, что когда грипп начнет передаваться от человека к человеку, эпидемия гриппа станет неизбежной. Специалисты считают, что препарат «Тамифлю» может помочь в борьбе с вирусом-убийцей. В связи с этим на швейцарскую фармацевтическую фирму «Roche» со всех сторон оказывали давление (в том числе и ВОЗ) с целью заставить ее отказаться от своих монопольных прав на выпуск препарата «Тамифлю».

Ваше отношение к ситуации? Ответ обоснуйте.

Задание 6. В Германии существует практика так называемых исследований применения ЛП, когда врачи получают от фармацевтических компаний 250–625 долларов США за «переключение» пациента с одного препарата на другой и заполнение специальной формы. Как Вы оцениваете действия врачей и фирм? Ответ обоснуйте.

Тема 10. ПРАВА И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РАБОТНИКА

Цель занятия: ознакомиться с нормативной базой, регулирующей права, обязанности и ответственность фармацевтического работника. Рассмотреть причины ятрогенных заболеваний у пациентов, ошибки провизоров. Изучить меры по предупреждению ошибок провизоров и врачей.

Теоретические вопросы

1. Права и обязанности провизоров и фармацевтов
2. Ответственность фармацевтического работника
3. Ошибки провизоров
4. Причины ятрогенных заболеваний.
5. Меры по предупреждению ошибок врачей и провизоров

Литература:

1. Тексты лекций (официальный сайт НФаУ, nuph.edu.ua.)

Практическая часть

Задание 1. Какую информацию должен предоставить провизор посетителю аптеки согласно Приказу МЗ Украины от 03.05. 2001 № 163 ?

Задание 2. Как показывает практика провизоры делают ряд ошибок. Укажите, какие ошибки и как их можно избежать?

Задание 3. Какие вы знаете созвучные названия лекарственных препаратов в аптеке или названия ЛП похожие по написанию, что приводит к ошибке провизора и врача. Например: супрадин – супрастин.

Задание 4. Что даст компьютеризация медицинских учреждений?

Задание 5. За рубежом, например, в США аптеки имеют клиентские базы данных. Что это дает?

Задание 6. Ошибки провизоров при отпуске ЛП составили от 4% до 12%, серьезные ошибки –1%–2% (результаты специального исследования, в котором принимали участие 1.671.863 пациента).

Как Вы думаете, можно ли избежать ошибок при отпуске препаратов? Назовите основные меры предотвращения таких ошибок.

Задание 7. В 1993–2002 г.г. поступило 137 сообщений об ошибках, связанных с применением метотрексата, 25 больных погибли. Большая часть ошибок заключалась в приеме: недельную дозу вводили как суточную.

Может ли провизор предупредить такие случаи? Ответ обоснуйте.

Задание 8. Руководство "Eli Lilly" планирует взять в долг 2 млрд. долл., из которых треть пойдет на выплаты по судебным искам пациентов, принимавших препарат для лечения шизофрении "Zyprexa".

Компания обвиняется в том, что на упаковках не содержалось предупреждение об опасности развития сахарного диабета. Считаете ли Вы справедливым решение суда? Ответ обоснуйте.

Тестовые задания к темам 7-10

1. Термин «ятрогении» ввел в оборот:

а) Гиппократ;
б) Бумке;
в) Аристотель;
г) Поттер.

2. Деонтологические ошибки врача – это

а) просчеты в проведении диагностических и лечебных процедур, методик, операций;

б) ошибки врача в его общении с больными, их родственниками, средним и младшим персоналом;

в) недостатки в организации медицинской помощи, условий функционирования той или иной службы.

3. Врачебная ошибка представляет собой …

а) действия ли бездействие медперсонала, которые являются противоправными либо не соответствуют нормам профессиональной этики;

б) неблагоприятный исход лечения больного в результате случайного стечения обстоятельств;

в) все верно.

4. Неправильные действия сестер, лаборантов, санитарок, ведущие к возникновению ятрогенной патологии, называются

а) соррогения;
б) деонтологическая ошибка;
в) неэтичное поведение;
г) неправильный диагноз.

5. Сфера этики бизнеса охватывает…

а) взаимоотношения между корпоративной и универсальной этикой;

б) проблему социальной ответственности бизнеса;

в) использование общих этических принципов к конкретным ситуациям принятия решений;

г) влияние религиозных и культурных ценностей на экономическое поведение;

д) все верно.

6. В бизнесе обычно выделяют следующие составные части:

а) предприниматель;
б) условия предпринимательства;
в) этика бизнеса;
г) все верно.

7. Топ-менеджеры западных компаний подчеркивают важность «социальной компетентности», что представляет собой умение…

а) понять другого человека;

б) обладать эмпатией;

в) чувствовать ответственность за людей;

г) все верно.

8. Термин «продвижение» - это

а) информационно-рекламная деятельность фирмы по продвижению ЛП;

б) физическое перемещение ЛП;

в) доведение ЛП до потребителей.

9. Согласно Директиве ЕС медицинские представители должны осуществлять

а) продвижение ЛП на рынок;

б) информационную деятельность среди работников здравоохранения;

в) информационную деятельность среди населения.

10. Авторы статей и их издатели несут определенные этические обязательства. Результаты исследований должны быть точными, публиковаться должны

а) положительные результаты;

б) отрицательные результаты;

в) все верно.

11. ЕС признает легитимной (законной) деятельность Интернет аптек, при условии соблюдения ими законодательных норм. Украинские Интернет-аптеки осуществляют

а) информационную деятельность;

б) доставку ЛП больным курьерами;

в) все верно.

12. Дезинформация относительно свойств и качества ЛП, предлагаемого медицинским представителем, является

а) нарушением этических принципов продвижения ЛП;

б) единственным способом повышения прибыли в условиях рынка;

в) все верно.

13. Конкретизация ответственности фармацевтического работника за серьезные ошибки в работе законодательно оформлена в ряде статей

а) УКУ; б) ХКУ; в) КУоАП.

14. Ятропатогении – это заболевания, вызванные

а) неправильной диагностикой заболевания;

б) нарушением принципов этики и деонтологии со стороны врача и его неправильными действиями;

в) неэтичными репликами врача.

15. Объективными причинами врачебных ошибок являются:

а) относительность медицинских знаний;

б) вероятность нетипичного течения болезни у конкретного пациента, обусловленные особенностями его организма;

в) различия в уровне квалификации, профессиональности врачей, оснащенности учреждений диагностической техникой, обеспеченности ЛП;

г) все верно;