

Ультразвуковые маркеры врожденных аномалий развития матки и влагалища подростков с первичной аменореей

Причина первичной аменореи	Влагалище	Шейка матки	Тело матки	Полость матки	Яичники
Синдром Рокитянского-Кюстера-Майера-Хаузера	–	–	Тяж или не визуализируется	–	+
Аплазия влагалища	–	Гематоцервикс	Гематометра	+	+
Аплазия нижней и средней трети влагалища	+/- Гематокольпос	Гематоцервикс	Гематометра	+	+
Атрезия гимена	Гематокольпос	Гематоцервикс	Гематометра	+	+

Примечание: + орган визуализируется полностью; +/- визуализируется часть органа; - орган не визуализируется.

Анализируя полученные данные, можно сделать вывод, что ультразвуковое исследование играет одну из ведущих ролей в поиске причины первичной аменореи. Раннее выявление пороков полового развития способствует своевременному проведению хирургического вмешательства без развития возможных осложнений. Определение причины первичной аменореи и своевременная коррекция состояния способствуют восстановлению психологической целостности личности подростка, стабилизации семейной ситуации и социальной адаптации пациентов.

Полученные экспериментальные данные включены в программу подготовки ординаторов, циклов повышения квалификации врачей.

Литература:

1. Адамян Л.В., Курило Л.Ф., Окулов А.Б., Степанян А.А., Богданова Е.А., Глыбина Т.М., Микаян З.Н. Систематизация нозологических форм аномалий развития женских половых органов // Проблемы репродукции.– 2010. – №3. – С.11-18.

2. Адамян Л.В., Курило Л.Ф., Окулов А.Б., Богданова Е.А., Степанян А.А., Глыбина Т.М., Микаян З.Н. Аномалия развития женских половых органов: вопросы идентификации и классификации (обзор литературы) // Проблемы репродукции.– 2010.– №2. – С.7-15

3. Гуркин Ю.А. Гинекология подростков // Руководство для врачей.- Санкт-Петербург, 2009.– С. 103-142.

4. Крутова В.А., Наумова Н. В., Котлова Т.А., Тулендинова А.И., Асланян И.Э. Алгоритм диагностики и лечения девочек с врожденными пороками развития органов репродуктивной системы // Репродуктивное здоровье детей и подростков, «ГЭОТАР-Медиа», 2011. – №6 – С. 31-36.

5. Микаян З.Н. Аномалии женских половых органов: систематизация и тактика оперативного лечения.// Автореф. дисс... д.м.н. – Москва.– 2010. – 50 с..

6. Озерская, И.А. Эхография репродуктивной системы девочки, подростка, девушки / И.А. Озерская, М.И. Пыков, Н.В. Заболотская – М., 2007. – С. 119-127

7. Уварова Е.В. Детская и подростковая гинекология: руководство для врачей. М.: Литтерра, 2009.– С. 186-189, С. 217-223.

**ДИСЦИПЛИНА «ОСНОВЫ
МАРКЕТИНГА В ФАРМАЦИИ»
В СТРУКТУРЕ ПОДГОТОВКИ
БУДУЩИХ ПРОВИЗОРОВ**

Онбыш Т.Е., Малявина В.В.
ГБОУ ВПО КубГМУ Минздрава России,
Краснодар, Россия

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по специальности 060301 Фармация, как и другие ФГОС III

поколения, предусматривает изучение студентами дисциплин вариативной части [2].

Вариативная часть, разрабатываемая образовательным учреждением, способствует освоению предусмотренных в ФГОС компетенций, расширяет знания студентов, в том числе в области будущей профессии, что в совокупности должно обеспечить высокую конкурентоспособность выпускников-провизоров [1].

К одной из таких дисциплин, включенных в учебный план специальности «Фармация» на фармацевтическом факультете ГБОУ ВПО КубГМУ Минздрава России, относится дисциплина «Основы маркетинга в фармации» (ОМФ).

К исходным требованиям, облегчающим изучение ОМФ, относится наличие базовых знаний, умений, приобретаемых будущими провизорами при изучении таких дисциплин, как информатика и экономическая теория. В свою очередь, ОМФ позволяет получить знания, умения и навыки, необходимые для изучения профессиональных дисциплин (управление и экономика фармации, медицинское и фармацевтическое товароведение и др.) [3].

Основными целями изучения данной дисциплины являются:

- освоение задач и инструментов маркетинга;
- овладение практическими приемами применения маркетинга;
- знакомство с товарной, сбытовой и коммуникационной политикой;
- изучение ценовой политики и ценовой стратегии фармацевтической организации;
- знакомство с элементами системы товародвижения, каналами распределения товаров, их видами, характеристиками и основными функциями;
- знакомство с основными методами маркетинговых исследований и их видами;
- формирование представлений о процессах тактического и стратегического планирования маркетинга;
- изучение места и роли мерчандайзинга и его инструментов, таких как: внешний вид, интерьер, планирование торгового пространства фармацевтической организации в системе маркетинга;
- реализация отдельных принципов торговли и обучение навыкам продаж.

В процессе изучения дисциплины ОМФ у студентов формируются следующие умения:

- устанавливание причинно-следственных и межпредметных связей при объяснении маркетинговых процессов, протекающих на фармацевтическом рынке;
- использование экономического аппарата предмета для решения типовых и нестандартных задач, характеризующих маркетинговые подходы фармацевтического рынка;
- формулирование выводов из наблюдений и результатов опыта, расчета;
- оформление результатов проделанной работы в виде таблиц, графиков и матриц;
- систематизирование и дифференцирование маркетинговых фактов и явлений.

В результате освоения дисциплины ОМФ студенты получают знания, касающиеся особенностей и инструментов маркетинга, маркетинговой составляющей всех стадий создания и движения товара и спроса на него, ассортиментной политики, принципов маркетингового ценообразования лекарственных средств, технологии сбыта фармацевтических товаров, способов их продвижения, а также методологии маркетинговых исследований.

В процессе обучения у студентов формируются умения, позволяющие провизору ориентироваться на рынке маркетинговой информации, грамотно организовать сбор и обработку необходимых данных, осуществить анализ рыночных параметров, разрабатывать маркетинговые стратегии.

В качестве навыков, формируемых у студентов в процессе освоения дисциплины ОМФ, можно отметить информационный поиск и использование экономической и маркетинговой литературы при решении конкретной задачи.

Программа дисциплины ОМФ реализуется преимущественно с использованием объяснительно-иллюстративного метода обучения, с элементами программированного и проблемного обучения, а также реализацией модельного метода обучения.

При изучении дисциплины ОМФ используются следующие формы прове-

дения занятий: информационно-коммуникационные (лекция-презентация; доклад-презентация); групповая дискуссия; деловая игра; ситуация-кейс и др.

Во время изучения учебной дисциплины студенты самостоятельно проводят разбор ситуационных задач, анализируют на конкретных примерах эффективность использования определенных маркетинговых инструментов, применяют приемы сегментации рынка, позиционирования товара и др.

Самостоятельная подготовка к практическим занятиям способствует формированию аналитических, творческих, коммуникативных, социальных навыков, а также навыков решения практических задач в маркетинговых исследованиях рынка лекарственных средств.

Работа студентов в группе формирует чувство коллективизма, способствует развитию коммуникабельности, культуры нравственного поведения, аккуратности и дисциплинированности.

Таким образом, дисциплина ОМФ вариативной части ФГОС ВПО специальности «Фармация» является одним из существенных элементов, формирующих профессиональные компетенции и способствующих качественной подготовке будущих провизоров.

Литература:

1. Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации".

2. Приказ Министерства образования и науки РФ от 17 января 2011 г. N 38 "Об утверждении и введении в действие федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки (специальности) 060301 Фармация (квалификация (степень) "специалист")".

3. Сампиев А.М. Проблемы внедрения ФГОС ВПО по специальности «Фармация» и необходимость модернизации высшего фармацевтического образования / Экономические и гуманитарные исследования регионов.– 2012. – №5. – С. 51-55.

ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ ЛИЧНОСТИ СРЕДСТВАМИ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА В КОНТЕКСТЕ ЭВОЛЮЦИОННОЙ КОНЦЕПЦИИ ТЕЙЯРА ДЕ ШАРДЕНА

Онищенко В.Л., Лагутин А.О.
*ГБОУ ВПО КубГМУ Минздрава России,
Краснодар, Россия*

В состав современного гуманитарного знания входят теоретические системы ученых, представляющих эволюционизм как мировоззренческую парадигму, в которой отражены направленность и специфика развития современного общества, перспективы человечества в XXI веке. Среди них следует выделить создателей ноосферного учения: французского ученого-палеонтолога, философа Тейяра де Шардена, философа-идеалиста Э. Леруа и российского ученого В.И. Вернадского, рассматривавшего ноосферогенез как проявление объективной закономерности в эволюции[1].

Тейяр де Шарден – сторонник религиозного подхода в трактовке ноосферной эволюции. При этом некоторые положения его учения о ноосфере представляют определенный научный интерес и могут выступать своеобразными ориентирами при разработке социальных программ и технологий, имеющих политический, экономический и общегуманитарный смысл. Они также могут служить регулятивными ориентирами социокультурной практики, в частности – в сфере образования.

Говоря о философском статусе учения Тейяра де Шардена, необходимо отметить наличие в нем элементов объективного идеализма, телеологизма и диалектики. Философская позиция Тейяра де Шардена приближается к объективному идеализму Гегеля. По мнению Тейяра, дух – основа всего. Духовное начало в скрытом виде свойственно всему феноменальному миру. В процессе эволюции феноменов биосферы сознание обретает психическую форму. Это характерные черты онтологического монизма. Тейяр де Шарден опирается на идею единства материи и сознания. В этом единстве «тангенциальная» (физическая) энергия убывает по мере нарастания «радиальной» (духовной) энергии в ходе эволюции. Целеустремленное сознание направляет эволюцию к пункту «Омега» – вершине