

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Чорноморський національний університет імені Петра Могили  
Навчально-науковий медичний інститут  
Кафедра фармації, фармакології, медичної, біоорганічної та біологічної хімії

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Перший проректор

ЧНУ ім. П.Могили

Котляр Ю. В.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«ЕТИКА ТА ДЕОНТОЛОГІЯ У ФАРМАЦІЇ»**

(вибіркова навчальна дисципліна)

Галузь знань 22 «Охорона здоров'я»

Спеціальність 226 «Фармація, промислова фармація»

Розробники

В.о.завідувача кафедри розробника

Гарант освітньої програми

В.о. директора інституту

Т.в.о.начальника НМВ

Шмалько О.О.

Ларичева О.М.

Шмалько О.О.

Терентьева Н.О.

Шкірчак С.І.

Миколаїв – 2023 рік

## Опис навчальної дисципліни

Найменування показника	Характеристика дисципліни	
Найменування дисципліни	Етика та деонтологія у фармації	
Галузь знань	22 «Охорона здоров'я»	
Спеціальність	226 «Фармація, промислова фармація»	
Спеціалізація (якщо є)		
Освітня програма	«Фармація»	
Рівень вищої освіти	Бакалавр	
Статус дисципліни	Вибіркова	
Курс навчання	2	
Навчальний рік	2023-2024 н. р.	
Номер(и) семестрів (триместрів):	Денна форма	Заочна форма
	4	-
Загальна кількість кредитів ЄКТС/годин	<b>3 кредити / 90 годин</b>	
Структура курсу:	Денна форма	Заочна форма
	Всього – 90 годин – лекції 20 годин – практичні заняття 20 годин – годин самостійної роботи студентів 50 годин	-
Відсоток аудиторного навантаження	44%	-
Мова викладання	українська	
Форма проміжного контролю (якщо є)	-	
Форма підсумкового контролю	залік	

### 2. Пояснювальна записка

Програма з дисципліни «Етика та деонтологія у фармації» для студентів спеціальності 226 Фармація, промислова фармація першого (бакалаврського) рівня складена відповідно до освітньої програми «Фармація» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 226 Фармація, промислова фармація. Дисципліна «Етика та деонтологія у фармації» є вибірковим компонентом освітньої програми та відповідно до навчального плану вивчається в IV семестрі.

Підрунтям для засвоєння навчальної дисципліни «Етика та деонтологія у фармації» є знання, отримані при вивченні професійно-орієнтованих дисциплін — організації та економіки фармації, фармакології, технології ліків, а також суспільних дисциплін — соціології, економічної теорії та забезпечує формування таких професійних компетентностей:

1) *загальні:*

- ЗК 1. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ЗК 2. Знання та розуміння предметної області та розуміння професії.
- ЗК 5. Вміння виявляти та вирішувати проблеми.
- ЗК 7. Здатність до міжособистісної взаємодії та командної роботи.
- ЗК 8. Здатність діяти соціально відповідально та громадянсько свідомо.
- ЗК 9. Здатність вчитися і бути сучасно навченим.
- ЗК 11. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК 12. Здатність зберігати та приумножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної

області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, дотримуватись та пропагувати здоровий спосіб життя.

ЗК 13. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

2) *Фахові:*

ФК 1. Здатність використовувати законодавчу базу України та дотримуватися вимог належних практик щодо здійснення професійної діяльності.

ФК 3. Здатність застосовувати на практиці принципи фармацевтичної етики та деонтології, розуміти соціальні наслідки професійної діяльності.

ФК 4. Здатність проводити інформативну та санітарно-просвітницьку роботу серед населення.

ФК 5. Здатність надавати фармацевтичну допомогу споживачам фармацевтичних послуг.

ФК 9. Здатність реалізовувати лікарські засоби та товари аптечного асортименту.

ФК 10. Здатність здійснювати організаційно-управлінську діяльність аптечними закладами та їх структурними підрозділами.

ФК 12. Здатність надавати домедичну допомогу.

### **3. Мета, завдання та результати вивчення дисципліни**

*Мета:* формування системи знань з моралі, фармацевтичної етики, біоетики та фармацевтичної деонтології для подальшого належного виконання професійних обов'язків фахівцями фармації.

*Завдання:* засвоєння сутності основних понять моралі, фармацевтичної етики, біоетики та фармацевтичної деонтології, набуття вмінь з використання базових інструментів успішного спілкування та взаємодії, вирішення моральних та комунікативних проблем, пов'язаних з практичною діяльністю фармацевтичного працівника.

В результаті вивчення дисципліни здобувач вищої освіти

*має знати та розуміти:*

ПРН 1. Знання структури сучасної системи охорони здоров'я України; основ законодавства в системі охорони здоров'я і забезпечення санітарно-епідеміологічного благополуччя населення; основних нормативних та правових документів, що регламентують усі аспекти фармацевтичної діяльності.

ПРН 4. Знання та розуміння принципів організації фармацевтичної допомоги різним групам населення та категоріям хворих.

ПРН 6. Знання та розуміння основ фармацевтичної етики та деонтології.

*має вміти:*

ПРН 14. Використовувати професійні знання та практичні навички в сфері професійної діяльності.

ПРН 16. Дотримуватись етичних і деонтологічних принципів взаємовідносин у професійній діяльності.

ПРН 24. Проводити санітарно-освітню та інформаційну роботу серед населення та медичних працівників

ПРН 25. Надавати домедичну допомогу особам при невідкладних станах.

ПРН 26. Розпізнавати загрозові для життя симптоми при зверненні в аптеку відвідувачів, які потребують обов'язкової консультації лікаря.

ПРН 29. Уміння спілкуватись науковою та професійною мовою, включаючи усну та письмову комунікацію українською мовою та однією із поширених європейських мов.

ПРН 30. Здатність використовувати різноманітні методи, зокрема сучасні інформаційні технології, для ефективного спілкування на професійному та соціальному рівнях.

### **4. Програма навчальної дисципліни**

### Денна форма:

№	Теми	Лекції	Практичні	Самостійна робота
1	Професійна етика та моральність фармацевтичних працівників	2	2	5
2	Основи професійних комунікацій	2	2	6
3	Морально-психологічний клімат в колективі	2	2	5
4	Стимулювання роботи фармацевтичних працівників	2	2	6
5	Біоетика як сучасний напрямок медицини та фармації	2	2	5
6	Етичні та біоетичні принципи просування лікарських засобів на фармацевтичний ринок	2	2	6
7	Етичні аспекти керівництва трудовими колективами в аптечних/-фармацевтичних організаціях	2	2	6
8	Бізнес-етика	2	2	5
9	Права та відповідальність фармацевтичного працівника	4	4	6
	Всього за курсом	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>50</b>

### 5. Зміст навчальної дисципліни Денна форма

#### 5.1. План лекцій

№	Тема заняття / план
1	<p><b>Тема 1.</b> Історичний шлях становлення етики, фармацевтичної етики. Деонтологія. Становлення фармацевтичної деонтології. Досвід минулого з медицини та фармації в підготовці фармацевтичних працівників. Клятва Гіппократа. Концепція Альберта Швейцера «благоговіння перед життям». ВООЗ про підготовку та вимоги до сучасних провізорів (фармацевтів). Етичний кодекс фармацевтичних працівників України. Належна фармацевтична практика. Поняття про лікарський засіб (ЛЗ), оригінальний та генеричний ЛЗ.</p> <p>Проблемні питання сьогодення в фармації: комерційний характер роботи аптечних закладів і соціальна їх функція, надходження на фармацевтичний ринок неякісних та фальсифікованих лікарських засобів, участь бізнесменів в діяльності аптечних та фармацевтичних закладів, тощо.</p>
2	<p><b>Тема 2.</b> Вміння спілкуватися з людьми – шлях до успіху. Мовні та психологічні ключі визначення типу людини. Диференційований підхід до споживачів. Спілкування з конфліктною людиною. Стандарти обслуговування (алгоритм спілкування провізорів/фармацевтів із покупцем в аптеці). Контроль якості обслуговування споживачів аптеки: внутрішні інспекції та метод MYSTERY SHOPPING (таємничий покупець). Належна фармацевтична опіка. Протоколи провізора (фармацевта) при відпуску безрецептурних лікарських засобів.</p> <p>Союз або тріада: лікар – хворий – провізор/фармацевт. Взаємовідносини провізора/фармацевта та лікаря. Взаємовідносини провізорів у колективі. Взаємовідносини провізорів/фармацевтів з медичними представниками.</p>

3	<b>Тема 3.</b> Система цінностей, правила, психологічний клімат. Етичні кодекси. Корпоративна культура аптечних\фармацевтичних закладів. Складові корпоративної культури. Імідж аптечного закладу. Лояльність або залученість колективу. Види корпоративних культур. Моніторинг корпоративної культури.
4	<b>Тема 4.</b> Життєві цінності та пріоритети фармацевтичних працівників. Ієрархія потреб провізора (фармацевта). Роль мотивації в діяльності провізора (фармацевта). Форми стимулювання праці. Методи мотивації: економічний метод, нові завдання: «збагачення роботи», залучення до керівництва. Демотивуючі фактори, які заважають роботі аптек. Стрес. Емоційна виснаженість. Причини незадоволеності від роботи та шляхи їх усунення.
5	<b>Тема 5.</b> Історія становлення біоетики. Правила і принципи біоетики. Біоетичні аспекти клінічних випробувань нових ЛЗ. Захист прав пацієнтів при проведенні клінічних випробувань нових та генеричних ЛЗ. Роль Етичних комітетів. Концепція «3R» Расела та Берча.
6	<b>Тема 6.</b> Неетичні дії суб'єктів ринку. Критерії ВООЗ з просування ЛЗ на ринок. Мета критеріїв, сфера їх використання. Правила належної промоції фармацевтичними компаніями лікарських засобів професіоналам охорони здоров'я. Рекламування ЛЗ серед лікарів та населення. Робота медичних представників. Симпозіуми та наукові наради як спосіб просування ЛЗ. Вимоги до інформації в інструкціях з медичного призначення ЛЗ. Упаковка та маркування. Постмаркетингові дослідження. Самостійне лікування безрецептурними ЛЗ.
7	<b>Тема 7.</b> Управлінська етика: визначення, сутність. Основні ознаки колективу. Обмеження, які заважають роботі колективу. Вимірювання ступеня зрілості колективу за В.Зигертом та Л. Ланг. Формування етичних норм і культури підприємництва в організаціях. Етичні кодекси робітників і службовців. Етичні відносини в колективі Загальні принципи спілкування керівника із підлеглими. Етичні аспекти адаптації нових працівників та молодих фахівців. Оцінка персоналу. Навчання персоналу.
8	<b>Тема 8.</b> Соціальна відповідальність бізнесу: «за» і «проти». Труднощі та перспективи фармацевтичної індустрії. Порушення принципів етики при просуванні ЛЗ на ринок. Етика ділових відносин. Мовна та психологічна культура ділового спілкування. Невербальні засоби в діловій мовній практиці. Особливості ведення бізнесу в інших країнах.
9	<b>Тема 9.</b> Права та обов'язки провізора (фармацевта). Соціальний захист фармацевтичного працівника. Належне виконання професійних обов'язків. Неналежне виконання професійних обов'язків. Правопорушення і відповідальність. Види відповідальності: дисциплінарна, матеріальна, моральна, адміністративна та кримінальна. Ятрогенні захворювання і помилки провізорів. Попередження помилок провізорів.

## 5.2. План практичних (семінарських, лабораторних, півгрупових) занять

№	Тема заняття / план
1	<b>Тема 1.</b> 1. Вкажіть відмінність етики від деонтології. 2. Охарактеризуйте історичний шлях розвитку етики: - початковий етап становлення етики;

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сутність вчення «етичний релятивізм»;</li> <li>- зміст вчення «етичний раціоналізм»;</li> <li>- погляди на етику прихильників вчення евідемонізм і гедонізм;</li> <li>- охарактеризуйте етику епохи середньовіччя;</li> <li>- етика в Новий час;</li> <li>- етика кінця ХХ– початку ХХІ століття.</li> </ul> <p>3. Назвіть проблеми етики в даний час.</p> <p>4. Походження моралі, її функції. Виховання морально-етичних цінностей: чесність, милосердя, совісність, відповідальність за доручену справу.</p> <p>5. Клятва Гіппократа. Концепція Альберта Швейцера «Благоговіння перед життям». Біоетика в фармації.</p> <p>6. Вкажіть симптоми дегуманізації сучасної медицини.</p>
2	<p><b>Тема 2.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Спілкування на роботі.</li> <li>2. Комунікативні підходи при висловлюванні суджень.</li> <li>3. Способи сприйняття інформації.</li> <li>4. Мета стандартів обслуговування відвідувачів в аптеці.</li> <li>5. Алгоритм роботи провізора з відвідувачем. Охарактеризуйте етапи.</li> </ol> <p>Етап 1. Привітання та встановлення особистого контакту.</p> <p>Етап 2. Діагностика потреб клієнта.</p> <p>Етап 3. Консультація та презентація.</p> <p>Етап 4. Продаж і допродаж.</p> <p>Етап 5. Завершення контакту.</p> <p>Етап 6. Інші положення: заперечення, черги, конфліктні ситуації.</p> <p>6. Психологія взаємин: провізор і відвідувач аптеки.</p> <p>7. Комплаєнс – взаєморозуміння між лікарем і пацієнтом, між пацієнтом та провізором.</p>
3	<p><b>Тема 3.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поняття морально-психологічний клімат, «корпоративна культура».</li> <li>2. Складові (інструменти) корпоративної культури.</li> <li>3. Охарактеризуйте типи корпоративних культур за класифікацією (МоутонБлейка): <ul style="list-style-type: none"> <li>- «заміський клуб»;</li> <li>- влада - підпорядкування;</li> <li>- організаційне управління;</li> <li>- групове управління або команда;</li> <li>- «збіднене» управління.</li> </ul> </li> </ol> <p>Проведіть аналогію вищевказаної класифікації корпоративних культур з «решіткою менеджменту».</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Створення корпоративної культури.</li> <li>6. Побудова корпоративної культури - модель кіл.</li> <li>7. Моніторинг корпоративної культури.</li> <li>8. Суть методу «Таємний покупець».</li> </ol>
4	<p><b>Тема 4.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Класики теорії менеджменту про мотивацію праці.</li> <li>2. Дайте характеристику мотиваційному типу людей: <ul style="list-style-type: none"> <li>- інструментальний;</li> <li>- професійний;</li> <li>- хазяйський;</li> <li>- патріотичний;</li> <li>- уникаючий.</li> </ul> </li> <li>3. Основні правила мотивації.</li> <li>4. Способи визначення мотивації працівників.</li> </ol>

	<p>5. Методи мотивації: економічний метод, нові завдання – «збагачення роботи», залучення до керівництва, ін.</p> <p>6. Основні методи оцінки (атестації) персоналу:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оцінка діяльності (професійних знань і компетенцій);</li> <li>- методика «360 градусів»;</li> <li>- метод анкетування;</li> <li>- метод класифікації (ранжування за певними критеріями);</li> <li>- тестування.</li> </ul> <p>7. Система збалансованих показників (KPI) і її зв'язок з мотивацією.</p> <p>8. Демотивуючі чинники, що заважають роботі аптек і напрямки мотивації праці.</p> <p>9. Причини незадоволеності провізорів від роботи і шляхи їх усунення.</p> <p>10. Прихильність або залучення персоналу.</p>
5	<p><b>Тема 5.</b></p> <p>1. Поняття і предмет вивчення біоетики, її завдання</p> <p>2. Історія формування біоетики як академічної дисципліни та соціального інституту</p> <p>3. Гельсінська декларація ВМА (Всесвітньої медичної асоціації)</p> <p>4. Історія документа, що став основою Гельсінської декларації</p> <p>5. Принципи і правила біоетики, що визначають умови відношення до пацієнта як до особистості:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принцип «повага людської гідності»;</li> <li>- принцип «<i>primum non nocere</i>»;</li> <li>- принцип «визнання автономності особистості»;</li> <li>- принцип справедливості.</li> </ul> <p>5а. Правила біоетики:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правдивість;</li> <li>- недоторканність особистого життя;</li> <li>- конфіденційність;</li> <li>- добровільна згода.</li> </ul> <p>6. Етичні комітети і їх роль.</p> <p>7. Приклад інформованої згоди.</p> <p>8. Етичні аспекти біомедичних досліджень в педіатрії.</p> <p>9. Концепція «3R» Рассела і Берча в GLP.</p>
6	<p><b>Тема 6.</b></p> <p>1. Відмінність лікарських засобів від інших товарів.</p> <p>2. Мета і сфера застосування етичних критеріїв ВООЗ з просування ЛЗ на ринок.</p> <p>3. Сутність етичних критеріїв ВООЗ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- просування лікарських засобів на ринок;</li> <li>- рекламування ЛЗ серед лікарів і населення;</li> <li>- роль медичних представників в просуванні ЛЗ;</li> <li>- симпозиуми та інші наукові наради як спосіб просування ЛЗ; роль «<i>opinion</i>»-лідерів;</li> <li>- постмаркетингові дослідження ЛЗ;</li> <li>- вимоги до інформації, що міститься в інструкціях для медичного застосування, брошурах, а також вимоги до упаковки і маркування.</li> </ul> <p>4. Відмінність реклами ЛЗ для лікарів і населення.</p> <p>5. Обмеження щодо реклами лікарських засобів.</p> <p>6. Директива ЄС про рекламу лікарських засобів рослинного походження.</p> <p>7. Самолікування і роль провізора/фармацевта.</p>
7	<p><b>Тема 7.</b></p> <p>1. Поняття «управлінська етика».</p> <p>2. Основні елементи культури управлінської праці.</p> <p>3. Професійна зрілість колективу.</p> <p>4. Загальні принципи взаємовідносин з підлеглими.</p>

	<p>5. Обмеження, що перешкоджають ефективній роботі колективу.</p> <p>6. Основні типи поведінки людей.</p> <p>7. «Золоте» правило етики спілкування.</p>
8	<p><b>Тема 8.</b></p> <p>1. Поняття «бізнес-етика».</p> <p>2. Сфера дії бізнес-етики.</p> <p>3. Соціальна відповідальність бізнесу: «за» і «проти».</p> <p>4. Складнощі і перспективи фармацевтичної індустрії.</p> <p>5. Порушення при просуванні ЛЗ.</p> <p>6. Випадки відкликання ЛЗ з фармацевтичного ринку, причини.</p> <p>7. Кодекс ділової етики.</p> <p>8. Ділове спілкування.</p> <p>9. Значення деяких жестів.</p>
9	<p><b>Тема 9.</b></p> <p>1. Права і обов'язки провізорів і фармацевтів.</p> <p>2. Відповідальність фармацевтичного працівника.</p> <p>3. Помилки провізорів.</p> <p>4. Причини ятрогенних захворювань.</p> <p>5. Заходи щодо попередження помилок лікарів і провізорів.</p>

## 6. Завдання для самостійної роботи

### 6.1. Тестові завдання для самоконтролю

1. *Вперше термін „етика” ввів в науковий обіг:*
  - а) Платон;
  - б) Сократ;
  - в) Аристотель;
  - г) Епіктет;
  - д) Сенека.
2. *Основоположниками етичного релятивізму були:*
  - а) Сократ і Аристотель;
  - б) Сенека і Епіктет;
  - в) Зенон і Сенека;
  - г) Протагор і Горгій;
  - д) Демокріт і Епікур.
3. *Основа вчення евдемонізму полягала в:*
  - а) оцінці духовних благ;
  - б) встановленні гармонії між чеснотою та прагненням на щастя;
  - в) самообмеженні плотських прагнень, задоволень;
  - г) досягненні матеріальних благ;
  - д) веденні аморального способу життя.
4. *До діаноетичних чеснот Аристотеля належать:*
  - а) мудрість, розсудливість, кмітливість;
  - б) мужність, щедрість;
  - в) врівноваженість, сором'язливість;
  - г) любов, духовність;
  - д) нарцисизм, егоїзм.
5. *Представниками теорії розумного егоїзму були:*
  - а) М. Монтель, П. Бейль;
  - б) Спіноза, Гельвецій;
  - в) Ф. Ніцше, В. Соловйов;
  - г) С. Булгаков, Н. Бердяєва;



д) Ф. Достоевський, Л. Толстой.

6. *Однією з найважливіших функцій моралі є:*

- а) світоглядна;
- б) пізнавальна;
- в) регулятивна;
- г) оцінювальна;
- д) виховна.

7. *Одним з крайніх елементів свободи вважається:*

- а) волюнтаризм;
- б) реалізм;
- в) оптимізм;
- г) конкретизація випадку;
- д) оцінка створеної ситуації.

8. *Важливим елементом, що характеризує наявність свідомості у людини є:*

- а) наявність вибору;
- б) наявність думки;
- в) наявність мови;
- г) наявність емоцій;
- д) здатність до вдосконалення.

9. *Професійна етика вивчає та аналізує:*

- а) професійні навички;
- б) професійний такт;
- в) конкретні прояви професійної моральності;
- г) загальнолюдські принципи моралі;
- д) діаноетичні чесноти.

10. *Основним принципом в діяльності медичного працівника є:*

- а) принцип „словесної” допомоги;
- б) принцип „не нашкодь”;
- в) принцип грамотності вибраного лікування;
- г) принцип професійної моральності;
- д) принцип адекватної оцінки ситуації.

11. *Початковим поняттям професійної етики є поняття:*

- а) діаноетичних чеснот;
- б) адекватності спілкування з пацієнтами;
- в) професійного обов'язку;
- г) моральної підтримки хворого;
- д) професійної справедливості.

12. *«Кожен має право на охорону здоров'я, медичну допомогу та медичне страхування. Охорона здоров'я забезпечується державним фінансуванням відповідних соціально-економічних, медико-санітарних і оздоровчо-профілактичних програм». Конституція України, стаття*

- а) 49;
- б) 94;
- с) 39;
- д) 34;
- е) 23.

13. *«Держава створює умови для ефективного і доступного для всіх громадян медичного обслуговування. У державних і комунальних закладах охорони здоров'я, медична допомога надається безоплатно;». Конституція України, стаття*

- а) 49;
- б) 94;
- с) 39;

d) 34;

e) 23.

14. «Фізична особа, яка досягла 14 років, і яка звернулася за наданням їй медичної допомоги, має право на вибір лікаря та вибір методів лікування відповідно до його рекомендацій». Цивільний кодекс України, стаття

a) 284;

b) 194;

c) 239;

d) 134;

e) 223.

15. «Ненадання без поважних причин допомоги хворому медичним працівником, який зобов'язаний, згідно з установленими правилами, надати таку допомогу, якщо йому завідомо відомо, що це може мати тяжкі наслідки для хворого, - карається штрафом до ... неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з позбавленням права обіймати певні посади чи займатися певною діяльністю на строк до ... років, або виправними роботами на строк до ... років.» (Кримінальний кодекс України, стаття 139).

a) 50, 3, 2;

b) 100, 3, 3;

c) 50, 2, 3;

d) 20, 3, 2;

e) 20, 2, 3.

16. «Проведення клінічних випробувань лікарських засобів без письмової згоди пацієнта або його законного представника, або стосовно неповнолітнього чи недієздатного, якщо ці дії спричинили смерть або інші тяжкі наслідки, - карається обмеженням волі на строк від ... до ... років або позбавленням волі на той самий строк.» (Кримінальний кодекс України, стаття 141).

a) 3, 5;

b) 3, 7;

c) 2, 5;

d) 5, 10;

e) 7, 12.

17. Перший структурний розділ Етичного Кодексу фармацевта відображає:

a) етичні принципи взаєностосунків провізора і хворого;

b) загальні положення;

v) етичні принципи взаєностосунків суб'єктів фармації та держави;

г) відповідальність за порушення Кодексу;

д) вимоги щодо реклами лікарських засобів.

18. Згідно Етичного Кодексу фармацевта рекламі піддаються тільки:

a) брендові препарати;

b) безрецептурні лікарські засоби;

v) фітопрепарати;

г) гомеопатичні препарати;

д) всі лікарські засоби.

19. Етичний Кодекс фармацевта передбачає наступний вид відповідальності за його порушення:

a) цивільна;

b) кримінальна;

v) комунальна;

г) моральна;

д) не вимагає відповідальності.

20. Кінцевим розділом Етичного Кодексу фармацевта є:

a) принципи взаєностосунків суб'єктів фармації та держави;

- б) відповідальність за порушення Кодексу;
- в) принципи щодо реклами лікарських засобів;
- г) принципи взаємостосунків суб'єктів фармації;
- д) загальні положення.

21. Великого значення надавав етиці взаємостосунків з хворими:

- а) Платон;
- б) Сократ;
- в) Авіцена;
- г) Епіктет;
- д) Сенека.

22. Автором „Клятви” медичного працівника, яка лягла в основу „Женевської клятви” був:

- а) Гіпократ;
- б) Платон;
- в) Гален;
- г) З.Фрейд;
- д) Демокріт.

23. Етичний Кодекс фармацевтичного працівника з'явився в Росії у:

- а) 1848;
- б) 1870;
- в) 1945;
- г) 1992;
- д) 1996.

24. Термін „деонтологія” вперше був введений:

- а) Платоном;
- б) Бенґамом;
- в) Сократом;
- г) Мудровим;
- д) Аристотелем.

25. Вперше етичні принципи діяльності фармацевта були відображені у:

- а) Клятві Гіпократа;
- б) Аюр-Ведах;
- в) Аптекарському статуті;
- г) Женевській клятві;
- д) Збірнику моралі.

26. Етичні аспекти взаємостосунків між провізорами та торговими представниками зафіксовані у:

- а) Книзі моральних цінностей;
- б) Етичному Кодексі фармацевта;
- в) Клятві Гіпократа;
- г) Женевській Клятві;
- д) Клятві лікаря України.

27. Сукупність правил і форм ділового спілкування з людьми, яка дозволяє виразити їм повагу, сприяє встановленню між керівником і підлеглим атмосфери взаєморозуміння, доброго відношення один до одного. Дане визначення характерне для :

- а) медичної етики;
- б) біологічної етики;
- в) управлінської етики;
- г) фармацевтичної етики;
- д) ділової етики.

28. Ділова етика, що базується на чесності, відкритості, вірності даному слову, здібності ефективно функціонувати на ринку відповідно до чинного законодавства, встановлених правил і традицій. Дане визначення характерне для:

- а) етики бізнесу;
- б) етики фармацевта;
- в) медичної етики;
- г) управлінської етики;
- д) загальної етичної науки.

29. Важливою умовою та обов'язком керівника є:

- а) мистецтво працювати з людьми;
- б) знання основ менеджменту;
- в) вміння керувати персоналом;
- г) вміння впливати на конкурента;
- д) знання законів у сфері своєї діяльності.

30. В сучасних умовах ведення бізнесу гостро стоїть питання етичного ведення:

- а) конкуренції;
- б) справи;
- в) реалізації товару;
- г) формування відносин з клієнтом;
- д) просування товару на ринок.

## 6.2. Ситуаційні задачі

1. До провізора звернулася жінка з проханням видати їй антигіпертензивний препарат. Провізор продав їй дорогий лікарський засіб, який не знаходився в обігу препаратів аптеки, а був отриманий з Франції і не був зареєстрованим в Україні. *Оцініть тактику провізора.*

2. До провізора звернувся торговий представник з проханням провести рекламну агітацію в аптеці нового наркотичного анальгетика, який виготовляється фармацевтичною фірмою. *Оцініть ситуацію. Тактика провізора в даному випадку.*

3. До провізора звернувся лікар-інтерн з проханням надати йому інформацію про фармакодинамічні властивості дексаметазон, однак фармацевт відмовився, зіславшись на відсутність часу і порекомендував молодому лікарю почерпати інформацію в інструкції до препарату. *Оцініть тактику провізора.*

4. В аптеку прийшла жінка і попрохала у провізора роз'яснити їй кратність та час прийому препарату, який був виписаний їй лікарем. Однак фармацевт відповіла на прохання відвідувачки такими словами: "Я Вам вже сказала: все одно – до їжі чи після неї!". *Оцініть ситуацію.*

5. До провізора звернувся торговий представник фармацевтичної фірми з проханням надати йому інформацію про об'єм лікарських засобів конкуруючої фірми, що розміщені в аптеці. Провізор відмов йому у проханні. *Оцініть тактику провізора.*

6. До провізора звернулася жінка зі скаргою на появу у неї почервоніння обличчя, яке виникло після прийому препарату, який був придбаний в даній аптеці. Провізор проігнорувала скаргу, зіславшись на те, що лікар, який виписував жінці препарат, повинен був попередити про таку побічну дію. *Оцініть ситуацію.*

7. Викликана до аптеки бригада швидкої медичної допомоги приїхала за 1 годину. Не дивлячись на зусилля фармацевта на долікарняному етапі надання допомоги хворий помер. *Хто повинен нести відповідальність? Надайте декілька шляхів вирішення цієї проблеми.*

8. До провізора аптеки звернувся чоловік 76 років зі скаргами на мігрень і проханням порекомендувати йому лікарський препарат. Однак провізор відмовив чоловіку, обґрунтувавши свою позицію тим, що старість нічим не лікується. *Оцініть тактику провізора.*

9. До провізора звернувся представник фірми „UPSA” з проханням на розміщення безрецептурних препаратів на вітрині. Однак провізор відмовив у проханні, зіславшись на відсутність керівника. *Оцініть тактику провізора.*

10. В аптеку завітав чоловік з проханням видати йому препарат „Вазостат”. Однак провізор, незважаючи на те, що даний препарат був наявним в аптеці, пояснив чоловіку, що краще йому придбати препарат „Вазіліп”, оскільки він є кращим. *Оцініть ситуацію.*

11. До провізора аптеки №1 звернулася жінка з проханням продати препарат «5-НОК» без рецепта. Провізор відмовилась у зв'язку з відсутністю рецепта. Через де-який час жінка звернулася до аптеки №2 з тим же проханням. І отримала «5-НОК» без рецепта. *Оцініть ситуацію.*

12. До проваізора аптеки звернувся представник фірми «Sandoz» з проханням викласти на вітрині ОТС-препарати цієї фірми згідно з правилами мерчендайзінгу. Провізор відмовила, мотивуючи свій поступок відсутністю завідувача відділом. *Оцініть ситуацію.*

13. До провізора аптеки після z-звіту звернувся чоловік 55 років з проханням видати йому жарознижувальний засіб, однак провізор відмовив у проханні, обґрунтувавши свою позицію тим, що аптека уже зачинена. *Оцініть тактику провізора.*

14. В аптеку прийшла жінка зі скаргами на біль голови і попросила поміряти артеріальний тиск. Обличчя червоно-синюшне, шкіра покрита потом. Фармацевт відмовив їй у послугі, зіславшись на велику чергу. *Оцініть ситуацію.*

15. В аптеку завітав чоловік з проханням роз'яснити йому дію препарату, який був виписаний йому лікарем, однак провізор відмовився надати чоловіку інформацію, зіславшись на те, що аптека – не довідкове бюро. *Оцініть ситуацію.*

### **6.3. Темы рефератів**

1. Основні філософські течії в період Античності.
2. Моральні ідеї в культурі Давнього Єгипту.
3. Етика Давнього Вавилону Вавилону, Палестини, Ірану.
4. Давньоіндійська етика.
5. Давньокитайське етичне вчення.
6. Давньогрецька та давньоримська етика.
7. Етика доби середньовіччя та Відродження.
8. Етика доби раціоналізму та просвітництва XVII – XVIII ст.
9. Етика класиків німецької філософії.
10. Соціально-етичний радикалізм.
11. Соціально-етичний лібералізм XIX – XX ст.
12. Історія формування фармацевтичної етики.

13. Генеза моралі.
14. Закономірності історичного розвитку моралі.
15. Принципи моральнісного відношення. Альтруїзм-егоїзм. Колективізм-індивідуалізм.
16. Принцип діалектичного зв'язку свободи і необхідності у феномені моральності.
17. Гносеологія моралі.
18. Ділова етика у професійній діяльності фармацевта.
19. Професійна етика у діяльності провізора.
20. Питання фармацевтичного права в українському законодавстві.
21. Правовий та соціальний захист фармацевтичного працівника.
22. Етичний кодекс фармацевта України.
23. Етичні фармацевтичні кодекси у світовій практиці.
24. Критерії ВООЗ щодо реклами лікарських засобів та виробів медичного призначення.
25. Біоетичні та етичні проблеми у системі створення лікарських засобів.
26. Сутність спілкування, його мета і моральний сенс.
27. Основні типи, принципи та суперечності спілкування.
28. Моральна культура спілкування, її зміст і вияви.
29. Моральне спілкування як творчість.
30. Етикет як морально-естетична культура спілкування.
31. Види професійної етики та їх гуманістична спрямованість.

### **Вимоги до написання реферату**

Реферат повинен являти собою самостійне дослідження і включати: обґрунтування вибору теми та її актуальність; аналіз літератури з обраної теми; виклад суті питання; теоретичне узагальнення і науково обґрунтовані висновки; список використаної літератури. Стиль викладення матеріалу має бути науково-діловим.

Структура реферату містить такі елементи: титульна сторінка, план, вступ (мають бути обґрунтовані актуальність та практичне значення обраної теми реферату, визначені мета та завдання роботи); основна частина (розділи, пункти, підпункти) розкривається тема реферату шляхом висвітлення основних питань); висновки (необхідно сформулювати: а) науково-теоретичні та практичні підсумки проведеного аналізу за проблематикою реферату; б) вони мають логічно пов'язуватися із змістом викладеного матеріалу); список літератури (містить використані джерела та публікації), при необхідності – додатки.

Реферат набирають на комп'ютері в текстовому редакторі «WORD» (шрифт 14, «Times New Roman», інтервал 1,5). Поля: верхнє – 20 мм, нижнє – 20 мм, лівє – 25 мм, правє – 15 мм. Її роздруковують на принтері з одного боку аркуша білого паперу формату А4 (210X297 мм). Обсяг реферату до 15 сторінок.

### **7. Підсумковий контроль**

Формою підсумкового контролю є залік, який проводиться в усній формі. Робота студентів оцінюється за підсумками виконання основних видів завдань. Якщо студент не відвідував курс лекцій, семінарські заняття і не виконав контрольні заходи, а, отже, не набрав необхідної кількості балів, то він, за рішенням кафедри, не допускається до складання заліку.

#### **Перелік питань до заліку з дисципліни «Етика та деонтологія у фармації»**

1. Вкажіть відмінність етики від деонтології.
2. Охарактеризуйте історичний шлях розвитку етики.
3. Походження моралі, її функції. Виховання морально-етичних цінностей: чесність, милосердя, совісність, відповідальність за доручену справу.
4. Клятва Гіппократа. Концепція Альберта Швейцера «Благоговіння перед життям». Біоетика в фармації.
5. Спілкування на роботі.

6. Комунікативні підходи при висловлюванні суджень.
7. Способи сприйняття інформації.
8. Мета стандартів обслуговування відвідувачів в аптеці.
9. Алгоритм роботи провізора з відвідувачем. Охарактеризуйте етапи.
10. Психологія взаємин: провізор і відвідувач аптеки.
11. Комплаєнс – взаєморозуміння між лікарем і пацієнтом, між пацієнтом та провізором.
12. Поняття морально-психологічний клімат, «корпоративна культура».
13. Складові (інструменти) корпоративної культури.
14. Охарактеризуйте типи корпоративних культур за класифікацією (Моутон Блейка).
15. Створення корпоративної культури.
16. Побудова корпоративної культури - модель кіл.
17. Моніторинг корпоративної культури.
18. Суть методу «Таємний покупець».
19. Класики теорії менеджменту про мотивацію праці.
20. Дайте характеристику мотиваційному типу людей: інструментальний; професійний; хазяйський; патріотичний; уникаючий.
21. Основні правила мотивації.
22. Способи визначення мотивації працівників.
23. Методи мотивації: економічний метод, нові завдання – «збагачення роботи», залучення до керівництва, ін.
24. Основні методи оцінки (атестації) персоналу: оцінка діяльності (професійних знань і компетенцій); методика «360 градусів»; метод анкетування; метод класифікації (ранжування за певними критеріями); тестування.
25. Система збалансованих показників (KPI) і її зв'язок з мотивацією.
26. Демотивуючі чинники, що заважають роботі аптек і напрямки мотивації праці.
27. Причини незадоволеності провізорів від роботи і шляхи їх усунення.
28. Прихильність або залучення персоналу.
29. Поняття і предмет вивчення біоетики, її завдання
30. Історія формування біоетики як академічної дисципліни та соціального інституту
31. Гельсінська декларація ВМА (Всесвітньої медичної асоціації)
32. Принципи і правила біоетики, що визначають умови відношення до пацієнта як до особистості: принцип «повага людської гідності»; принцип «*primum non nocere*»; принцип «визнання автономності особистості»; принцип справедливості.
33. Правила біоетики: правдивість; недоторканність особистого життя; конфіденційність; добровільна згода.
34. Етичні комітети і їх роль.
35. Приклад інформованої згоди.
36. Етичні аспекти біомедичних досліджень в педіатрії.
37. Концепція «3R» Рассела і Берча в GLP.
38. Відмінність лікарських засобів від інших товарів.
39. Мета і сфера застосування етичних критеріїв ВООЗ з просування ЛЗ на ринок.
40. Сутність етичних критеріїв ВООЗ: просування лікарських засобів на ринок; рекламування ЛЗ серед лікарів і населення; роль медичних представників в просуванні ЛЗ; симпозиуми та інші наукові наради як спосіб просування ЛЗ; роль «*opinion*»-лідерів; постмаркетингові дослідження ЛЗ; вимоги до інформації, що міститься в інструкціях для медичного застосування, брошурах, а також вимоги до упаковки і маркування.
41. Відмінність реклами ЛЗ для лікарів і населення.
42. Обмеження щодо реклами лікарських засобів.
43. Директива ЄС про рекламу лікарських засобів рослинного походження.
44. Самолікування і роль провізора/фармацевта.
45. Поняття «управлінська етика».
46. Основні елементи культури управлінської праці.

47. Професійна зрілість колективу.
48. Загальні принципи взаємовідносин з підлеглими.
49. Обмеження, що перешкоджають ефективній роботі колективу.
50. Основні типи поведінки людей.
51. «Золоте» правило етики спілкування.
52. Поняття «бізнес-етика».
53. Сфера дії бізнес-етики.
54. Соціальна відповідальність бізнесу: «за» і «проти».
55. Складнощі і перспективи фармацевтичної індустрії.
56. Порушення при просуванні ЛЗ.
57. Випадки відкликання ЛЗ з фармацевтичного ринку, причини.
58. Кодекс ділової етики.
59. Права і обов'язки провізорів і фармацевтів.
60. Відповідальність фармацевтичного працівника.
61. Помилки провізорів.
62. Причини ятрогенних захворювань.
63. Заходи щодо попередження помилок лікарів і провізорів.

Процес контролю, основні його етапи. Кожне питання у білеті оцінюється в 20 балів.

**Приклад залікового білету**

**ЧОРНОМОРСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ПЕТРА МОГИЛИ**

Освітній рівень перший бакалаврський  
 Спеціальність 226 «Фармація, промислова фармація»  
 Семестр 4  
 Навчальна дисципліна **«ЕТИКА ТА ДЕОНТОЛОГІЯ У ФАРМАЦІЇ»**

**ЗАЛІКОВИЙ БІЛЕТ № \_\_\_\_**

1. Сфера дії бізнес-етики.
2. Помилки провізорів.
3. Поняття і предмет вивчення біоетики, її завдання.
4. Комунікативні підходи при висловлюванні суджень.

Затверджено на засіданні

Кафедри фармації, фармакології, медичної, біоорганічної та біологічної хімії

Протокол № \_\_\_\_ від \_\_\_\_ 20\_\_ року

В.о.завідувача кафедри \_\_\_\_\_ к.біолог.н., доц. Ларичева О.М.

Екзаменатор \_\_\_\_\_ к.фарм.н., в.о.доц. Шмалько

О.О.

**8. Критерії оцінювання та засоби діагностики результатів навчання**

**Очна (денна) форма навчання**

№	Вид діяльності (завдання)	Критерії оцінювання	Максимальна кількість балів
1	Семінарські заняття	10 семінарських занять. Максимальна кількість балів на семінарі – 5 (10*5)	50



2	Ситуаційні задачі	Кожен студент має розв'язати 15 задач. За кожне правильне рішення дається 2 бали (15*3)	30
3	Розв'язання тестових завдань	Кожен студент має дати відповіді на тестові питання.	25
4	Написання та захист (презентація) реферату	Оцінювання реферату: 10 балів – написання реферату, 5 балів – захист (презентація).	15
5	Залік	В кожному заліковому білеті по 4 питання. Кожне питання оцінюється по 15 балів.	80
	<b>Всього</b>		<b>200</b>

**Оцінювання результатів навчальної діяльності здобувачів вищої освіти** здійснюється з урахуванням індивідуальних особливостей здобувачів вищої освіти і передбачає диференційований підхід в його організації.

Оцінюватися може виконання здобувачами вищої освіти будь-яких навчальних завдань, під час роботи над якими здобувачі вищої освіти демонструють власні знання: розгорнуті і стислі усні відповіді, ситуаційні задачі, тестові завдання, реферати, виступи в дискусіях тощо.

**При цьому враховується:**

- розуміння здобувачами вищої освіти загальних засад етики та деонтології у фармації;
- самостійність мислення;
- використання різних джерел інформації, з розумінням їх особистостей, умінням їх характеризувати і оцінювати;
- правильність і достатність добору фактів для розв'язування поставлених викладачем завдань;
- чіткість і завершеність викладу;
- мовна грамотність.

## **9. Рекомендовані джерела інформації**

### **9.1. Основні:**

1. Етичний кодекс фармацевтичних працівників України. - Х: НФаУ: Золоті сторінки, 2010. – 16 с.
2. Мнушко З. М. Менеджмент та маркетингу у фармації. Ч. II. Маркетинг у фармації : підручн. для студ. ВНЗ. – 2-ге вид., доп. та перероб. / З. М. Мнушко, Н. М. Діхтярьова ; за ред. З. М. Мнушко. – Х. : НФаУ : Золоті сторінки – 2010. – 512 с.
3. Мнушко З. М. Менеджмент та маркетингу у фармації: ч. I. Менеджмент у фармації: підруч. для студ. вищ. навч. закладів / З.М. Мнушко, Н.М. Діхтярьова; за ред. З.М. Мнушко. – 2-ге вид. — Х.: Вид-во НФаУ: Золоті сторінки. – 2009. – 448 с.
4. Толочко, В. М. Етика фармацевтичної діяльності : метод. рек. для підготовки та проведення практ. занять з курсу «Управління та економіка фармації» в системі післядипломної освіти спеціалістів фармації ПК «Фармація» МОЗ і АМН України / В. М. Толочко, Ю. П. Медведєва. – Х. : Вид-во НФаУ. – 2010. – 28 с.
5. Ethics and deontology in pharmacy : texts of lectures // I. V. Sofronova, V. V. Malyi, I. V. Timanyuk, M. N. Kobets – Kharkiv : NUPh, 2015. – 68 p.
6. Ethics and deontology in pharmacy: meth. recom. for seminar classes / V. V. Malyi, I. V. Timanyuk, Z. R. Safiulina – Kh. : NUPh, 2015. – 50 p.

### **9.2. Додаткові:**

1. Котвіцька, А. А. Дослідження впровадження етичного кодексу фармацевтичних працівників України у практичну діяльність / А. А. Котвіцька, І. О. Сурікова, Н. Б. Гавриш // Соціальна фармація в охороні здоров'я. – 2015. – № 1. – С. 45-52.
2. Котвіцька, А. А. Ретроспективний огляд формування моральних принципів медичної та фармацевтичної етики / А. А. Котвіцька, Н. В. Чмихало // Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики : матеріали II Міжнар. наук.-практ. Internet-конф. 27-28 берез. 2014 р., м. Харків. - Х. : Вид-во НФаУ. – 2014. – С. 101-103.
3. Носик О. М. Вплив корпоративної культури на ефективність функціонування підприємства / О. М. Носик, Г. Д. Буніна // Професійний менеджмент в сучасних умовах розвитку ринку : матеріали доп. IV наук.-практ. конф. з міжнар. участю, м. Харків, 3 листоп. 2015 р. – Х. – 2015. – С. 22-23.
4. Пашков В.М. Загрози у галузі охорони здоров'я. Господарсько-правова характеристика та класифікація //Еженедельник АПТЕКА.– 2007.– №29 (600).– С. 98–99.
5. Провізор як провідник принципів біоетики у фармацевтичній практиці /О.М. Грищенко, В.Л.Кулініченко, О.М.Тернова, В.І.Тодорова //Фармац. журн. –2003. –№ 4. – С. 46–50.
6. Фармацевтичне право як базова основа вдосконалення соціальних и морально-етичних правовідносин між лікарем, хворим і провізором у фармацевтичному бізнес середовищі /В.О.Шаповалова, З.С. Галаван, С.І. Зброжек, В.В. Шаповалов, Л.О. Гуторова //Фармац. журн. –2006. –№ 2.–С. 33–38.

### **9.3. Інформаційні ресурси:**

1. Електронний архів Національного фармацевтичного університету - <http://dspace.nuph.edu.ua>
2. Журнал «Маркетинг і реклама» - [www.mr.com.ua/o-zhurnale.html](http://www.mr.com.ua/o-zhurnale.html)
3. Журнал «Вісник фармації» - [www.nbu.gov.ua/old\\_jrn/Chem.../index.html](http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Chem.../index.html)
4. Журнал «Провізор» - [www.provisor.com.ua/](http://www.provisor.com.ua/)
5. Маркетинг газета - <http://www.uam.in.ua/rus/projects/marketing-newspaper/arhive.php>
6. Наукова бібліотека - <http://lib.nuph.edu.ua;>
7. Освіта в Україні - [www.osvita.com.ua/universities/](http://www.osvita.com.ua/universities/)
8. Офіційний веб-портал Верховної Ради України - <http://zakon.rada.gov.ua>
9. УАМ: Журнал «Маркетинг в Україні» - [uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/](http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/)
10. Фармацевтичний журнал: науково-практичний журнал [www.nbu.gov.ua/old\\_jrn/Chem.../index.html](http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Chem.../index.html)