

РАЗРАБОТКА НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ФОРМИРОВАНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО СПЕЦИАЛИСТА НА ДОДИПЛОМНОМ УРОВНЕ ОБУЧЕНИЯ

Гурьянова М.Н.

ГБОУ ВПО «Пермская государственная фармацевтическая академия», г. Пермь, Россия (614990 Пермь ул. Полевая 2) e-mail: gurkino@yandex.ru

Статья посвящена проблеме формирования коммуникативной компетентности студента и фармацевтического специалиста на додипломном уровне. Целью исследования явилась разработка методологии формирования коммуникативной компетентности студента. Предложено ввести в образовательный процесс дисциплину по выбору «Этико-деонтологические аспекты делового общения провизора». Разработана рабочая программа дисциплины по выбору, она построена по принципу модульности. Каждый модуль состоит из основных и дополнительных учебных элементов. В основных учебных элементах дается основной теоретический и практический материал модуля. Дополнительным элементом является контрольный блок. Он служит для проверки результативности усвоения каждого модуля, в него включены тестовые задания. Предложена новая форма предоставления учебного материала – карта речевого общения. При разработке карт учтены два главных ориентира: типология посетителей аптечных организаций и коммуникативные тактики делового общения провизора. В качестве единицы обучения особенностям делового общения предложено упражнение по формированию навыков коммуникативного взаимодействия в учебных условиях и условно-реальных условиях. Создана модель упражнений по формированию коммуникативной компетентности провизора в области делового общения: упражнения анализа ситуаций делового общения и упражнения по созданию графических моделей делового общения. Предложена структура упражнений из трех частей: инструкция-задание, аналитическая часть, обобщающий вывод о коммуникативной компетентности фармацевтического специалиста и посетителей аптечных организаций. Апробация дисциплины по выбору показала эффективность ее введения в учебный процесс обучения студентов. Средний балл самооценки студентов после прохождения обучения повышался от 3,0 баллов до 4,0 и 4,9 баллов. Для студентов, обучающихся заочно, разработан комплект учебно-методических материалов, на который получено свидетельство о регистрации электронного ресурса.

Ключевые слова: коммуникативная компетентность, дисциплина по выбору, методологические подходы

DEVELOPMENT OF SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO FORMING PROFESSIONAL COMMUNICATIVE COMPETENCE PHARMACEUTICAL SPECIALIST UNDERGRADUATE STUDY LEVEL

Guryanova M.N.

¹Perm State Pharmaceutical Academy, Perm, Russia (614990 Perm Polevaya Street 2), e-mail: gurkino@yandex.ru

The article is devoted to the formation of the communicative competence of the student, and a pharmaceutical expert at undergraduate level. The aim of the study was to develop a methodology of creating of communicative competence of the student. It is proposed to introduce in the educational process subject by well-selectable "Ethical and deontological aspects of business communication of the pharmacist." A work pro-grams discipline of choice was developed, it is built on the principle of modularity. Each module consists of mainly wasps and other educational elements. The main elements of the training given to the basic theoretical and practical material module. An additional element is the control unit. It serves to verify the effectiveness of assimilation of each module, it includes tests. Was offered a new form of educational material - map of verbal communication. Was addressed two major landmark when designing cards: visitor category of the visitors of drugstores and communicative tactics of business communication of the pharmacist. As the unit features business communication training exercise proposed to build the skills of communicative interaction in educational conditions and opportunistic real conditions. Was created a model of exercise for the formation of communicative competence of the pharmacist in the field of business communication: Exercises of the analyze of situations of business communication and exercises to create graphical models of business communication. Was proposed the structure of the exercises of three parts: User-job, the analytical part, summarizing the conclusion of communicative competence of pharmaceutical specialists and visitors drugstores. Testing discipline of choice show the effectiveness of its administration in the educational process of teaching students. Average self-esteem

of students after training increased from 3.0 to 4.0 points and 4.9 points. For students enrolled in absentia, developed a set of training materials, which received a certificate of registration of an electronic resource.

Keywords: Communicative competence, discipline of choice, methodological approaches

Фармацевтическая помощь является сложной многокомпонентной системой, поэтому современные социально-экономические условия ставят перед системой фармацевтического профессионального образования задачу подготовки компетентного фармацевтического специалиста [2], что подразумевает не только овладение общими и специальными знаниями, но и получение навыков выстраивания межличностных коммуникаций. Поэтому современной тенденцией профессиональной подготовки фармацевтического специалиста (ФС) является формирование коммуникативной компетентности [5, 6]. Наиболее значимым уровнем формирования коммуникативной компетенции и развития коммуникативной компетентности фармацевтического специалиста является додипломное обучение. На данном уровне должно происходить обучение студентов предоставлению качественной фармацевтической помощи населению, что подразумевает как получение знаний и создание навыков профессионального делового общения, так и развитие самосознания, мотивации к получению профессиональных знаний и навыков [1]. Целью исследования явилась разработка методологии формирования коммуникативной компетентности студента и ФС на додипломном уровне. Для достижения поставленной цели были сформулированы и решены следующие задачи: проведение ситуационного анализа на основе изучения требований нормативных документов к подготовке и функциональным обязанностям специалиста, изучение реального процесса делового общения ФС с посетителями аптечных организаций (АО) на основе метода наблюдения; формулирование цели, стратегических и тактических задач учебного процесса по формированию коммуникативной компетентности; выбор форм обучения; разработка информационно-методических материалов; апробация предложенной модели формирования коммуникативной компетентности.

Целью учебного процесса является получение, закрепление и совершенствование знаний и навыков профессионального делового общения ФС с посетителями АО. Стратегическими задачами учебного процесса будут являться: информирование обучающихся об особенностях делового общения ФС с посетителями АО, коммуникативной среде, профессиональных коммуникативных навыках ФС, необходимых для организации делового общения; осознанное восприятие обучающимися необходимости формирования коммуникативной компетентности; формирование у обучающихся профессиональной коммуникативной компетентности. Тактическими задачами учебного процесса должны являться: разработка учебно-методических материалов, в том числе учебно-методических комплексов (УМК); создание системы упражнений анализа типичных ситуаций общения на

базе контекстного подхода; создание упражнений моделирования ситуаций общения.

Нами предложено использовать две формы обучения: очную и заочную, последняя может быть осуществлена с применением дистанционных технологий. Обе формы требуют разработки учебно-методических материалов, а заочная форма с применением дистанционного обучения предполагает также и создание учебных материалов в виде электронного ресурса. Поскольку в Федеральном ГОС ВПО по специальности 060301 «Фармация» отсутствует дисциплина, позволяющая формировать профессиональную коммуникативную компетентность провизора на базе принципов фармацевтической этики, было предложено ввести в образовательный процесс дисциплину по выбору «Этико-деонтологические аспекты делового общения провизора». Использование данной формы имеет то преимущество, что занятия будут посещать люди, увидевшие проблемы в своей профессиональной коммуникативной компетентности, заинтересованные в получении теоретических и практических знаний в этой области. Для эффективной организации процесса обучения в рамках дисциплины по выбору определены принципы его построения (рис. 1).



Рис. 1. Принципы построения дисциплины по выбору, направленной на формирование коммуникативной компетентности

Разработанная рабочая программа дисциплины по выбору построена по принципу модульности. Каждый модуль состоит из основных учебных элементов, в которых задается основной теоретический и практический материал модуля, и дополнительных учебных элементов. Выполнение заданий модуля может осуществляться как в виде индивидуальной самостоятельной работы студента и сопутствующего консультирования преподавателя, так и групповой работы студентов в малых группах и парах. Основные учебные элементы комплекса включают следующие блоки: актуализации (актуальность и цель изучения предлагаемого материала); методический (алгоритм изучения материала в рамках модуля); теоретический (ознакомительная лекция); практический (решение упражнений профессионального делового общения). Дополнительным элементом является контрольный блок, он служит для проверки результативности усвоения каждого модуля, в него включены тестовые задания.

Разработан УМК дисциплины по выбору из трех модулей. Структура, цели и содержание модулей УМК дисциплин по выбору представлены на рисунке 2.

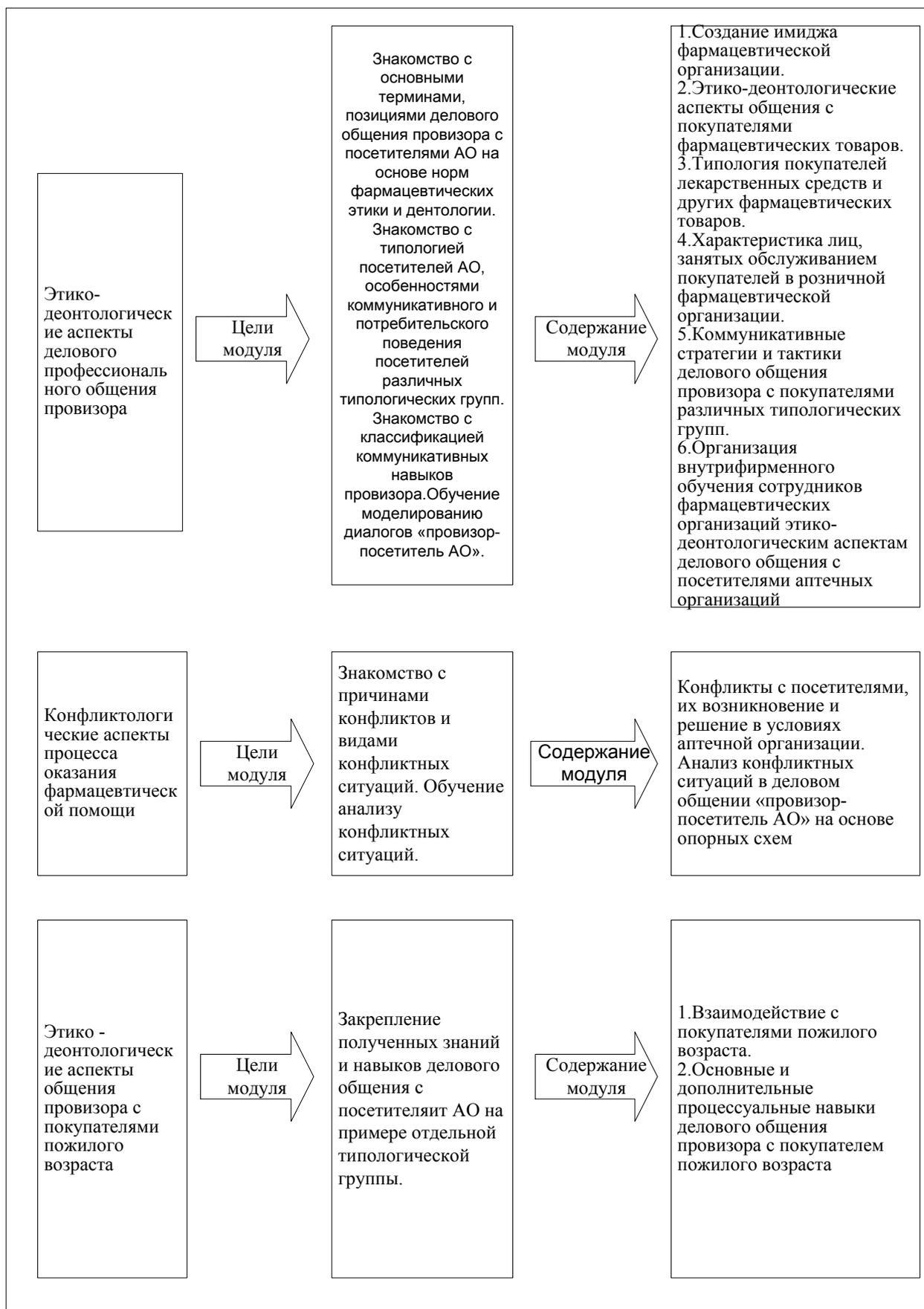


Рис. 2. Характеристика модулей УМК дисциплины по выбору «Этико-деонтологические аспекты делового общения провизора»

Каждый отдельный модуль создает целостное представление об определенной предметной области. В соответствии с выявленными реальными знаниями и навыками ФС создана модель целей и задач учебного пособия по формированию коммуникативной компетентности специалиста АО, выполняющего функции обслуживания посетителей. В модель включены 5 профессиональных целей и соответствующие им задачи, раскрывающие пути достижения выдвинутых целей (рис. 3). Определены структурные блоки пособия и их содержание. В блоке № 1 представлены характеристики ситуаций продажи товаров аптечного ассортимента как ситуаций делового общения «провизор — посетитель АО». В блоках № 2–3 рассмотрены базовые и процессуальные коммуникативные навыки, необходимые ФС для организации делового общения с посетителями АО. В блоке № 4 представлена общая характеристика и типология лиц, выполняющих функции обслуживания посетителей АО.



Рис. 3. Модель целей и задач учебного пособия по формированию коммуникативной компетентности фармацевтического специалиста аптечной организации, выполняющего функции обслуживания посетителей

Требованием современного обучения является контекстное обучение. Оно достигается в пособии приведением примеров реального поведения, реплик как посетителей АО, так и ФС в ситуациях взаимодействия. Учебный материал в пособии представлен в

лекционной форме. Наиболее сложной явилась задача объединения знаний, характеризующих базовые и дополнительные процессуальные коммуникативные навыки ФС, в форму, удобную как для запоминания, так и для использования в практической деятельности. Для структуризации информации, характеризующей использование коммуникативных тактик, формул речевого этикета (ФРЭ) и клишированных фраз на отдельных стадиях речевых ситуаций (РС) была предложена новая форма предоставления учебного материала – карта речевого общения. Разработанная нами карта речевого общения представляет собой одновременно: перечисление этапов РС и средств невербального и вербального общения, которые необходимо использовать с позиции учета особенностей делового общения «ФС — посетитель АО»; схему алгоритма консультирования посетителя АО. В каждой конкретной ситуации ФС должен точно выбрать определенные ФРЭ. При разработке карт мы учли два главных ориентира:

- типологию посетителей АО: группы посетителей как больных («впервые заболевший», «часто болеющий», «давно долго болеющий», «хронический больной», «выздоровливающий больной») и возрастные группы посетителей;
- коммуникативные тактики делового общения провизора, связанные с определением типа покупателя: выбор стиля общения, формы контакта и применяемой психотерапии.

Учитывая все перечисленные позиции, было составлено 5 карт речевого общения. В них собраны фразы-клише различных коммуникативных тактик в зависимости от фазы общения «ФС — посетитель АО», выявленные как в литературных источниках [3, 4], так и зафиксированные методом наблюдения РС. Изложение в карте речевого общения рекомендуемых норм коммуникации по стадиям речевой ситуации обеспечивает контекстный подход к обучению. Пример содержания карт речевого общения представлен в таблице 1. В реальных картах выделены графы, характеризующие использование ФС коммуникативных тактик и ФРЭ с посетителями возрастных групп «ранняя зрелость» и «поздняя зрелость». Использование карт речевого общения позволяет студентам самостоятельно подготовиться к занятиям учебного курса, представить себе реальные особенности своей будущей профессиональной деятельности, расширить свой лингвистический кругозор через овладение клишированной профессиональной речью, сформировать свое речевое и ролевое поведение как участника ситуации общения «ФС — посетитель АО».

Таблица 1

Характеристика карт речевого общения

Номер карты	Группы посетителей	Коммуникативные и ситуативные тактики
1.	Впервые заболевший больной	Стиль общения: сотрудничество. Применяемая психотерапия: рациональная. Формы контакта с больным: руководство и сотрудничество.
2.	Часто болеющий больной	Стиль общения: сотрудничество. Применяемая психотерапия: специальная. Формы контакта с больным: руководство и сотрудничество.

Разработанное в 2003 г. учебно-методическое пособие для студентов 5-го курса ПГФА «Психология процесса продаж фармацевтических товаров» было утверждено Ученым советом ПГФА протокол № 5 от 30.01.2003 г., решением Проблемной учебно-методической комиссии по управлению и экономике фармации 13.15.04 г. В 2011 г. учебное пособие было переработано, получило название «Этико-деонтологические аспекты процесса продаж фармацевтических товаров», в него была добавлена часть «Практикум», содержащая ситуационные задачи и их разбор с позиции оценки коммуникативного поведения, намерений, проблем посетителей и выбранных ФС тактик делового общения. Формирование реальных навыков делового общения ФС с посетителями, принадлежащими к различным типологическим группам, возможно только в контексте, в реальных или условно-реальных ситуациях (псевдопрофессиональной деятельности). В качестве единицы обучения особенностям делового общения «ФС — посетитель АО» нами предложено упражнение по формированию навыков коммуникативного взаимодействия с посетителями АО в учебных условиях и условно-реальных условиях. Комплекс упражнений состоит из двух групп: упражнения анализа ситуаций делового общения, включающие простой анализ отдельных аспектов базовых и процессуальных навыков ФС в реальных ситуациях и обобщение полученных результатов; моделирование диалога делового общения «ФС — посетитель АО»; упражнения по созданию графических моделей делового общения. Предложена структура упражнений из трех частей: инструкция-задание, аналитическая часть, обобщающий вывод о коммуникативной компетентности ФС и посетителей АО. Вторая часть упражнения является ориентировочно-исследовательской фазой, а третья – контрольно-исполнительской фазой. В структуру ряда заданий включена четвертая часть: решение познавательно-коммуникативной задачи, направленной на поиск способа трансформации диалогов, представленных в заданиях, в соответствии с правилами и нормами делового общения, социальными ролями и статусами коммуникантов, изученными коммуникативными тактиками, информационной основой. Решение может быть представлено обучающимися в различных вариантах, каждый из которых становится основой для анализа и обсуждения в группе обучающихся. Функциональная

обусловленность навыков и возможность их сочетания, разнообразие видов коммуникативно-речевых ситуаций и их компонентов позволили представить группы и виды упражнений в виде модели (рис. 4).

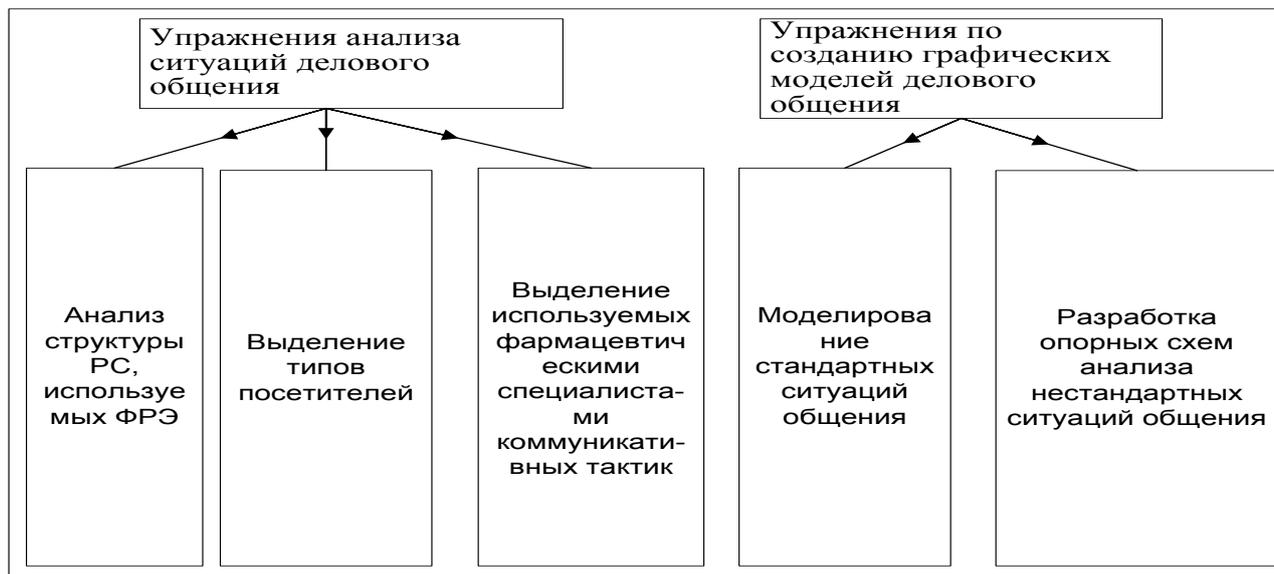


Рис. 4. Модель комплекса упражнений по формированию коммуникативной компетентности провизора в области делового общения «фармацевтический специалист – посетитель аптечной организации»

Апробация дисциплины по выбору проводилась с 2004–2005 учебного года. Всего за 11 лет занятия дисциплины по выбору для студентов посетили 483 человека. Для оценки эффективности учебного процесса был использован метод самоанализа. Разработан лист самооценки, который заполнялся студентами до начала и после окончания занятий. Анализ данных листов самооценки показал следующие результаты: средний балл самооценки до начала занятий варьировал от 3,0 до 3,2; средний балл самооценки после окончания занятий варьировал от 4,0 до 4,9. Таким образом, можно сделать вывод об эффективности введения в учебный процесс студентов разработанной дисциплины по выбору. Для студентов, обучающихся заочно, разработан комплект учебно-методических материалов, на который получено свидетельство о регистрации электронного ресурса. Разработка, внедрение дисциплины по выбору для студентов позволили выйти на уровень координации додипломного и последипломного образования и приступить к разработке рабочей программы и УМК аналогичной дисциплины по выбору для интернов.

Список литературы

1. Змеев С.И., Соколова А.С. Тенденции и проблемы андрагогической организации обучения в контексте повышения качества медицинского и фармацевтического образования /

С.И. Змеев, А.С. Соколова. – Известия Самарского научного центра Российской академии наук – 2010. – Т. 12. – № 3(2). – С. 303–306.

2. Кононова С.В., Дадус Н.Н., Шаленкова Е.В., Петрова С.В., Богомолова Л.С. Социальный статус и престиж фармацевтического специалиста в современном обществе / С.В Кононова, Н.Н. Дадус, Е.В. Шаленкова, С.В. Петрова, Л.С. Богомолова. Медицинский альманах. – 2011. – № 1. – С. 215–218.

3. Формановская Н.И. Русский речевой этикет: лингвистический и методический аспекты / Н.И. Формановская. – М.: Русский язык, 1982. – 126 с.

4. Формановская П.И. Беседы о речевом этикете. // Русская речь. – 1988. – № 2. – С. 48.

5. Bhupinder Singh Sekhon and Seema Rani Kamboj. Pharmaceutical education and careernan overview// J Pharm Educ Res Vol. 2, Issue No. 1, June 2011. P. 73–86.

6. Joseph A. Woelfel, PhD, Eric Boyce, PharmD, and Rajul A. Patel, PharmD, PhD. Geriatric Care as an Introductory Pharmacy Practice// Experience American Journal of Pharmaceutical Education 2011; 75 (6) Article 115. Pp. 1–10.

Рецензенты:

Яковлев И.Б., д.фарм.н., профессор, заведующий кафедрой фармакологии, ГБОУ ВПО «Пермская государственная фармацевтическая академия», г. Пермь;

Вихарева Е.В., д.фарм.н., профессор, заведующий кафедрой аналитической химии, ГБОУ ВПО «Пермская государственная фармацевтическая академия», г. Пермь.