

контексті виділяють два напрямки: оволодіння роботою з інформаційними технологіями та сформованість умінь використовувати ці технології у своїй фаховій діяльності. Друга група передбачає оволодіння умінь пошуку, обробки, представлення та аналізу інформації. Досягнення необхідного рівня підготовки до використання інформаційних технологій у професійній діяльності забезпечується сформованістю навичок роботи з відповідними видами програмного забезпечення. ІТ дозволяють процес організації зробити цілісним, об'єднати розрізнені завдання в єдині процеси, відмовитись від надмірної фрагментації праці. Завдяки використанню комп'ютера виділяються уміння, які поліпшують якість організації власної праці та роботи підлеглих; визначається першочерговість завдань та розрахунків термінів виконання; розширюються можливості спілкування з партнерами; вдосконалюється документальне оформлення матеріалів.

Широкі перспективи має використання Інтернету в підготовці до занять. В Інтернеті великий обсяг інформації, яка завжди актуальна, підготовлена фахівцями, має високу якість, а також відповідає індивідуальним інтересам та потребам студентів. Використання проектної технології дозволяє актуалізувати знання, які студенти отримали на молодших курсах, а також активізувати науково-дослідницьку діяльність. Студент не лише повинен вміти шукати необхідну інформацію, але і обробляти її, а саме класифікувати і аналізувати певні факти, а також презентувати ці дані. Ринок інформаційних технологій пропонує студентам велику різноманітність інформаційних продуктів та послуг. Студенти користуються електронними підручниками. Електронна книга – це високотехнологічний пристрій, що містить інформацію обсягом на тисячі друкованих сторінок. Зручність електронної книги полягає в можливості мати бібліотеку в себе вдома, в електронній книзі легко можна знайти потрібну інформацію, що завжди є проблемою навчальних програм.

Таким чином, проведений аналіз дозволяє зробити такі **висновки**: у процесі підготовки майбутнього фахівця до професійної діяльності необхідно дотримуватися сучасних досягнень у галузі ІТ, що забезпечують повноту, своєчасність інформаційного відображення процесів навчання, можливість їх моделювання, аналізу і прогнозування.

УДК 616.24-071.6].001.85:378.147-057.875

### **РОЗВИТОК НАВИЧОК АУСКУЛЬТАЦІЇ ЛЕГЕНЬ У СТУДЕНТІВ ІІІ КУРСУ НА КАФЕДРІ ПРОПЕДЕВТИКИ ВНУТРІШНІХ ХВОРОБ**

Сиволап В.В., Григор'єва З.Ю, Авраменко Н.Ф., Лихасенко І.В., Олійник О.І., Полівода С.В.

*Запорізький державний медичний університет*

*Ключові слова:* аускультация легень, кафедра пропедевтики внутрішніх хвороб.

Вища медична освіта повинна давати майбутньому лікарю як теоретичну, так і, безумовно, практичну підготовку. Первинне обстеження хворого є найбільш значущим для вироблення тактики подальшої курації хворого.

Студенти досить добре засвоюють теоретичні основи різних методів безпосереднього дослідження хворого (огляд, пальпацію, перкусію, аускультацию), однак випробовують нерідко значні труднощі в практичному використанні теоретичних знань. Задача кафедри пропедевтики внутрішніх хвороб допомогти студентам практично найбільш повно опанувати тими чи іншими навичками обстеження хворого з підключенням для реалізації цієї задачі нових інформаційних технологій.

При вивченні аускультации легень ми в нашій практиці для навчального процесу використовуємо Інтернет-ресурси та сайти з аускультации. Зручність використання програми на сайті [Auscultaciya\\_legkix\\_www.medknigi.blogspot.com](http://Auscultaciya_legkix_www.medknigi.blogspot.com), дає можливість спочатку прослухати

аудиофайли з нормальними типами дихання, їх змінами при різноманітних патологічних процесах, а також додаткові дихальні шуми (хрипи, крепітацію, шум тертя плеври) у хворих з захворюваннями легень.

Таким чином, студенти на початку вивчення нового для них метода дослідження можуть розрізнити різноманітні аускультативні феномени, що є важливим з урахуванням вірогідної відсутності тематичних пацієнтів під час проведення практичного заняття та великого навантаження студентів на одного хворого.

УДК 007:004.9:615.1

## **КОММУНИКАЦИИ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ФАРМАЦИИ**

Синча Н.И., Литвиненко О.В., Дондик Н.Я., Шапоренко Л.В.  
*Запорожский государственный медицинский университет*

*Ключевые слова:* коммуникации, директ-маркетинг, информационные технологии.

Коммуникации играют важную роль в функционировании любого предприятия, в том числе аптечного. Для обеспечения аптеки и оперативного обмена необходимой информацией расходуется более 70% рабочего времени.

В аптеках введена система электронной почты, которая предусматривает передачу сообщений и электронных документов посредством какой-либо компьютерной сети (средства телекоммуникации) с одного компьютера на другой. Кроме электронной почты важным источником получения информации является глобальная компьютерная сеть Internet, с помощью которой используется разнообразная информация из многочисленных баз данных.

Целью нашей работы является рассмотрение основных составляющих элементов коммуникационной сети в аптечных заведениях. Выстраивание ее оптимальной структуры – это соединение определенным образом участвующих в процессе субъектов или групп (юридических и физических лиц) с помощью информационных потоков. Основными субъектами коммуникационного поля фармацевтической организации являются: группу конечных потребителей (врач, пациент, фармацевт, родственники пациентов); группу внедрения и продвижения (пациент, врач, фармацевт, медицинские представители,); группу «информационной агрессии» (промоушен-технологии, в том числе: горячие линии, PR-акции, публичная реклама). Очевидно, что некоторые группы, участники коммуникационной сети (врач, пациент, фармацевт) могут одновременно являться участниками различных информационных групп.

Для большинства лекарственных препаратов, коммуникационное воздействие должно строиться не только на конечных потребителей, но и на тех участников коммуникационной сети, которые влияют на его конечный выбор. Проблемой на сегодняшний день является практика самолечения. При самостоятельном применении лекарств у покупателя возникает потребность в консультации с фармацевтом. В то же время, фармацевты нередко берутся лечить различные заболевания, при этом их рекомендации зачастую далеки от общепринятых стандартов терапии. Наиболее значимым участником информационного обмена в фармации является группа медицинских представителей, которые осуществляют связь с врачами и по-прежнему остаются одним из основных и самых эффективных инструментов продвижения препаратов.

Для рекламы медицинской продукции, разрешенной к рекламе используют ИМК – метод интегрированной маркетинговой коммуникации, сердцевиной которого является ДМ (директ-маркетинг), благодаря которому формируются постоянные контакты с