

**УЧЕБНАЯ ДИСЦИПЛИНА «БИОФАРМАЦЕВТИЧЕСКАЯ ЭТИКА И
КОММУНИКАЦИИ»**

КОММУНИКАЦИОННОГО МОДУЛЯ

Курс изучения	I-II
Семестр	2-3
Трудоемкость	3 зачетных единицы
Количество академических часов	200 академических часов, из них 109 аудиторных часов 91 час самостоятельной работы
Содержание учебной дисциплины	<p>Раздел I. Биофармацевтическая этика</p> <p>1. Биоэтика и биофармацевтическая этика: статус, сущность и основные принципы</p> <p>1.1. Нравственные ориентиры фармацевтического знания и деятельности</p> <p>1.2. Биоэтика и биофармацевтическая этика: социокультурные предпосылки и своеобразие предмета</p> <p>1.3. Биофармацевтическая этика: теоретические основы и принципы</p> <p>2. Феномен жизни и смерти с позиций биоэтики. Основные этические проблемы развития трансплантологии и генетики</p> <p>2.1. Феномен жизни с позиций биоэтики. Этические и правовые аспекты репродукции человека</p> <p>2.2. Биоэтика смерти и умирания</p> <p>2.3. Этические и правовые аспекты трансплантологии</p> <p>2.4. Этические проблемы медицинской генетики и геномной инженерии</p> <p>3. Проблемы биофармацевтической этики</p> <p>3.1. Биоэтика и основы государственной политики в области здравоохранения и лекарственного обеспечения</p> <p>3.2. Биоэтика обращения лекарственных средств. Этико-правовые аспекты разработки лекарственных препаратов</p> <p>3.3. Этико-правовые основы доклинических исследований и клинических испытаний лекарственных средств</p> <p>3.4. Биоэтика регистрации и производства лекарственных средств</p> <p>3.5. Этические и правовые аспекты реализации лекарственных средств и оказания фармацевтической помощи</p> <p>3.6. Современная фармацевтическая деонтология</p> <p>3.7. Роль фармацевтического работника в системе здравоохранения</p> <p>Раздел II. Коммуникации в фармацевтической деятельности</p> <p>4. Коммуникация как феномен действительности и предмет изучения. Общение как социальная практика</p>

	<p>5. Организационные коммуникативные связи в фармации</p> <p>6. Предметные области коммуникации в фармации</p> <p>6.1. Информация как основа коммуникационного процесса в фармации</p> <p>6.2. Профессиональные коммуникации в фармации: значение для современного этапа и перспективы развития</p> <p>7. Инструменты деловой коммуникации в фармации</p> <p>7.1. Невербальный инструментарий деловой коммуникации в фармации</p> <p>7.2. Вербальный инструментарий деловой коммуникации в фармации</p> <p>8. Прикладные аспекты коммуникации в фармации</p> <p>8.1. Общение с посетителями аптек. Базовые принципы</p> <p>8.2. Общение с коллегами и руководством. Деловая этика и эффективные средства профессиональных коммуникаций в фармации</p> <p>8.3. Поиск, подготовка и интерпретация информационных сообщений в деятельности фармацевтических организаций</p> <p>8.4. Эффективные подходы к передаче информационных сообщений в деятельности фармацевтических организаций в зависимости от способа и канала</p>
<p>Формируемые компетенции</p>	<p>СК</p> <p>Осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с этическими нормами и морально-нравственными принципами фармацевтической этики и деонтологии</p>
<p>Результаты обучения</p>	<p>знать:</p> <p>основы законодательства Республики Беларусь и международного права в области здравоохранения, в том числе фармацевтической деятельности, современную концепцию и перспективы развития здравоохранения, фармацевтической деятельности и лекарственной безопасности Республики Беларусь;</p> <p>основные принципы и правила биоэтики и биофармацевтической этики;</p> <p>сущность основных проблем биоэтики (жизни и смерти, планирования семьи, аборта и репродуктивных технологий; эвтаназии и паллиативной медицины; трансплантологии; медицинской генетики и генной инженерии; биомедицинского эксперимента) и их преломление в биофармацевтической этике;</p> <p>своеобразие и проблемное поле биофармацевтической этики (биоэтика создания, испытаний, производства, обращения лекарственных средств, лекарственного обеспечения и оказания фармацевтической помощи);</p>

	<p>моральные нормы взаимоотношений в фармацевтическом коллективе, нормы взаимоотношений «провизор-врач», «провизор-посетитель аптеки»;</p> <p>этико-правовые документы, регулирующие профессиональную деятельность провизора;</p> <p>сущность и основные виды коммуникаций;</p> <p>базовые методологические принципы коммуникации в фармации;</p> <p>тенденции, направления и программы развития коммуникации в здравоохранении, фармацевтической деятельности и лекарственном обеспечении населения;</p> <p>уметь:</p> <p>выявлять и обосновывать значимость биоэтических и коммуникативных знаний для анализа теоретических и практических аспектов фармацевтической деятельности;</p> <p>анализировать соотношение моральных ценностей, принципов и норм традиционной фармацевтической этики и биофармацевтической этики;</p> <p>оценивать влияние факторов риска, возможные ошибки и конфликтные ситуации в фармации при осуществлении коммуникативной деятельности, устанавливать и поддерживать психологический контакт;</p> <p>применять в практической и научной деятельности современные технологии и модели коммуникации;</p> <p>планировать и проводить коммуникативное взаимодействие;</p> <p>владеть:</p> <p>навыками применения основных этико-деонтологических правил фармацевтического консультирования населения и медицинских работников;</p> <p>приемами эффективного использования основных принципов и методов организации коммуникации в сфере фармацевтической деятельности;</p> <p>методами анализа и прогнозирования, планирования и разработки коммуникативных кампаний, направленных на решение проблем современного здравоохранения в области сохранения здоровья и лекарственного обеспечения населения;</p> <p>навыками аргументированного изложения личностной позиции по актуальным проблемам биофармацевтической этики и коммуникации в фармации.</p>
<p>Форма промежуточной аттестации</p>	<p>зачет (2 семестр)</p> <p>экзамен (3 семестр)</p>