

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР «КОМПАС»**

Отделение непрерывного медицинского образования



УТВЕРЖДАЮ

Директор

АНО ДПО «НОЦ «Компас»

М.С. Смирнова

2022 г.

Приказ № 06/05/22/01-ОД от «06» мая 2022 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

«Современная корпоративная культура в сфере здравоохранения»

по специальности «Организация здравоохранения и общественное
здоровье»

по дополнительной специальности «Управление и экономика фармации»,
«Фармация»

Количество часов – 36 зачётных единиц трудоёмкости

г. Саратов

Разработчики программы:

- Заместитель директора АНО ДПО «НОЦ «КОМПАС» по научно-методической работе, к.соц.н., доцент, *Лелюхин Сергей Викторович*.
- Специалист в области организации здравоохранения и общественного здоровья, руководитель отделения НМО АНО ДПО «НОЦ «Компас», *Лелюхина Ирина Вячеславовна*.

Рецензенты:

- Заведующая кафедрой экономики и управления здравоохранением и фармацией ФГБОУ ВО «Саратовский государственный медицинский университет имени В.И. Разумовского Министерства здравоохранения Российской Федерации, д.м.н., профессор, *Новокрещенова Ирина Геннадьевна*.
- Заведующий отделением по оказанию медицинской помощи на платной основе ГБУЗ СК «Городская поликлиника №1» города-курорта Кисловодска, к.м.н., *Гобеджигишвили Тамази Кишвардович*.

Программа принята:

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации по специальности «*Организация здравоохранения и общественное здоровье*» (количество часов – 36) принята на заседании Педагогического совета АНО ДПО «НОЦ «Компас» протокол № 25 от «05» мая 2022 г.

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Управление медицинской и фармацевтической организацией в рыночной экономике фокусируется на поиске эффективных механизмов. Фармацевтический рынок и рынок медицинских услуг как совокупность существующих и потенциальных производителей и потребителей, является динамичным, высоко конкурентным, требует особого управленческого мастерства.

Особенности управления процессами формирования, поддержания, изменения корпоративной культуры, специфика ее диагностики и ее влияния на организационную эффективность и конкурентоспособность предприятия являются важными аспекты знаний и практических навыков управленцев. Внутренняя культура каждой организации уникальна, имеет свою историю, традиции, ценности, нормы и правила поведения.

Здравоохранение представляет собой особую сферу деятельности по обеспечению права граждан на охрану здоровья, являющегося достоянием нации, и в связи с этим остается приоритетным в политической, экономической и социальной жизни государства и общества. Сегодня в условиях становления рынка медицинских услуг на фоне проводимых экономических реформ в России изменяются требования к системе управления в организациях здравоохранения. Реформирование отечественной системы здравоохранения вызвано трансформацией всего общественного уклада на новых ценностях. Современная система здравоохранения ориентирована на внедрение рыночных механизмов хозяйствования и управления и предусматривает рациональное использование имеющихся ресурсов: финансовых, материально-технических, кадровых и информационных.

Современная парадигма менеджмента рассматривает корпоративную культуру как важнейший стратегический инструмент, позволяющий мотивировать весь персонал на общие цели компании. Поэтому для успешной деятельности объекта здравоохранения необходимо непрерывное совершенствование корпоративной культуры.

Цель освоения дополнительной профессиональной программы повышения квалификации - это совершенствование компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в области управления фармацевтической деятельностью, повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации.

Категория обучаемых: заведующий (главный врач, начальник) структурного подразделения, осуществляющего медицинскую деятельность; провизор; директор (заведующий, начальник) аптечной организации; заместитель директора (заведующего,

начальника) аптечной организации; заведующий (начальник) структурного подразделения (отдела) аптечной организации.

Срок обучения: 2 недели.

Трудоемкость программы: 36 зачётных единиц.

Форма обучения: заочная.

Режим занятий: 3 академических часа в день (1 академический час – 45 минут.)

При успешной аттестации обучающийся получает удостоверение о повышении квалификации (ФЗ № 273 от 29.12.12, установленный образец, третьего вида).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

2.1. Требования к результатам освоения дополнительной профессиональной программы «Современная корпоративная культура в сфере здравоохранения».

Программа разработана на основании утверждённых профессиональных стандартов по специальностям, список которых представлен в таблице 1.

Таблица 1.

	Код ПС	Наименование профессионального стандарта	Реквизиты приказа Минтруда России	Специальность
1	02.006	Провизор	№ 91н от 09.03.2016	Фармация
2	02.012	Специалист в области управления фармацевтической деятельностью	№ 428н от 22.05.2017	Управление и экономика фармации
3	02.022	Специалист в области организации здравоохранения и общественного здоровья	№ 708н от 07.01.2017	Организация здравоохранения и общественного здоровья

Целевой аудиторией программы являются специалисты в области организации здравоохранения и общественного здоровья, которым необходимо усовершенствовать профессиональную компетенцию на основе трудовой функции 3.3.1. «Организация деятельности структурного подразделения медицинской организации», в рамках которой он должен иметь навык «формирование и поддержание корпоративной культуры медицинской организации». Провизоры должны усовершенствовать две трудовые функции. Во-первых, 3.1.4. «Информирование населения и медицинских работников о лекарственных препаратах и других товарах аптечного ассортимента», во-вторых, 3.1.5. «Изготовление лекарственных препаратов в условиях аптечных организаций». Необходимые знания провизоров: «Основы фармацевтического менеджмента, делового общения и культуры». Специалисты в области управления фармацевтической деятельностью в результате обучения усовершенствуют трудовую функцию 3.1.3. «Организация работы персонала фармацевтической организации». Они должны иметь навыки формирования и поддержания корпоративной культуры.

2.2. В результате освоения программы обучающийся должен:

Знать: основы фармацевтического менеджмента и маркетинга.

Уметь: анализировать состояние корпоративной культуры, формировать и внедрять корпоративную культуру.

Иметь навыки: формирование и поддержание корпоративной культуры.

3. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование раздела (модуля)	Всего, час./зет	В том числе			
			Лекции, час.	Практические. Лабораторные. Семинары. Консультации. Зачеты. Экзамены, час.	СР/Практическая подготовка	Форма контроля
1	Основные понятия корпоративной культуры	15	12	0	3	Промежуточная аттестация – оценка практических навыков
2	Формирование корпоративной культуры	18	15	0	3	Промежуточная аттестация – оценка практических навыков
2.1.	Фирменный стиль	6	6	0	0	
2.2.	Айдентика	6	6	0	0	
2.3.	Стратегии нейминга	6	3	0	3	
3	Итоговая аттестация	3	0	3	0	Тест
	ИТОГО:	36	27	3	6	

4. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

№ п/п	Наименование раздела (модуля)	Всего, час./зет по учебному плану	1 неделя	2 неделя	Всего выполнено часов
1	Основные понятия корпоративной культуры	15	15	0	15
2	Формирование корпоративной культуры	18	3	15	18
3	Итоговая аттестация	3	0	3	3
	ИТОГО нагрузка:	36	18	18	36

5. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

5.1. Рабочая программа раздела 1. Основные понятия корпоративной культуры

Задачи: раскрыть основные понятия корпоративной культуры; исследовать теоретические подходы к изучению корпоративной культуры

Планируемые результаты:

Знать: основы фармацевтического менеджмента и маркетинга.

Уметь: анализировать состояние корпоративной культуры, формировать и внедрять корпоративную культуру.

Иметь навыки: формирование и поддержание корпоративной культуры.

Тематический план

Код	Наименование тем
1.	Основные понятия корпоративной культуры

Содержание раздела

- Определение корпоративной культуры. Тождественность корпоративной культуры и организационной культуры. Уровни организационной культуры по Э. Шейну. Артефакты организационной культуры. Типология организационной культуры. Сильная организационная культура. Ключевые различия между феминными и маскулинными обществами по Г. Хофштеде. Типология организационной культуры по Р. Акоффу. Закрытая и открытая организационная культура. Включение человека в организацию по О. Виханскому. Как лидеры внедряют корпоративные культуры.

5.2. Рабочая программа раздела 2. Формирование корпоративной культуры

Задача: формирование у организации индивидуальных отличий.

Планируемые результаты:

Знать: основы фармацевтического менеджмента и маркетинга.

Уметь: анализировать состояние корпоративной культуры, формировать и внедрять корпоративную культуру.

Иметь навыки: формирование и поддержание корпоративной культуры.

Тематический план

Код	Наименование тем
2.	Формирование корпоративной культуры
2.1.	Фирменный стиль
2.2.	Айдентика
2.3.	Стратегии нейминга

Содержание раздела

Формирование корпоративной культуры.

- *Фирменный стиль.* Функции фирменного стиля. Внедрение фирменного стиля.
- *Айдентика.* Элементы айдентики. Бренд Бук. Логотип. Виды логотипа. Слоган. Символы в маркетинге. Понятие мема.
- *Стратегии нейминга.* Абстрактное название. Название-символ. Описательное название. Ассоциативное название. Комбинаторное название. Имя, фамилия. Название-топоним. Аббревиатурное название. Название латиницей. Аллитерация.

6. ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

1. Гаспарович Е.О. Корпоративная культура и социальная ответственность: диагностика, планирование, развитие. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019.
2. Дорофеева Л.И. Организационная культура. Саратов. Изд-во Саратов. ун-та, 2018.
3. Задворная О.Л., Алексеев В.А., Борисов К.Н. Формирование и развитие корпоративной культуры медицинских организаций // МИР. 2016. Том 7. № 3 (27).
4. Карибаев К.Б., Куракбаев К.К., Тулебаев К.А., Аимбетова Г.Е. Оценка корпоративной культуры в университетской клинике внутренних болезней КазНМУ имени С.Д. Асфендиярова // Вестник КазНМУ. 2017. № 3. С. 455-459.
5. Кожевникова Т.Ю. Корпоративная культура как она есть. М.: Бомбора, 2020.
6. Колесников А.В. Корпоративная культура. М.: Издательство «Юрайт», 2021.
7. Корпоративная культура. М.: Альпина Паблишер, 2020.
8. Лелюхин С.В., Смирнова М.С. Корпоративная культура профессионалов IT-сферы: региональный аспект // Профессиональная культура российской интеллигенции. М.: РГГУ, 2017. С. 158-163.
9. Лелюхин С.В., Борисов В.В. Артефакты корпоративной культуры в IT-сфере // Трансформация человеческого потенциала в контексте столетия. В 2 т. Том 1. Н.Новгород: Изд-во НИСОЦ, 2017. С. 546-549.
10. Нежелченко, Е. В. Корпоративная культура. Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021.
11. Пастухова У.Ю., Ищенко И.Г. Анализ корпоративной культуры в медицинском бизнесе и рекомендации по её совершенствованию на примере ООО «Титанмед» г. Пензы // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. 2019. № 1 (49). С. 146-149.
12. Севумян Э.Н. Понятия «корпоративная культура» и «организационная культура»: социально-философский анализ // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2017. Том 6. № 5А. С. 61-68.
13. Шамалова Е.В., Глухова М.И., Васьяева В.Г. Исследование элементов корпоративной культуры современной медицинской организации в условиях российского рынка медицинских услуг // Путеводитель предпринимателя. 2017. № 36. С. 268-281.
14. Шапиро С.А. Организационная культура. М.: КНОРУС, 2017.

Дополнительная литература

1. Белбин Р.М. Команды менеджеров. Секреты успеха и причины неудач. М.: НРРО, 2003.
2. Валеева Е.О. Организационное поведение. Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2015
3. Виханский О.С. Стратегическое управление. М.: Экономистъ, 2004.
4. Дашкова Е.С. Особенности корпоративной культуры в организациях системы здравоохранения // Вестник ВГУ: экономика и управление. 2014. № 1. С. 68-72.
5. Персикова Т.Н. Корпоративная культура. М.: Логос, 2015.
6. Рычкова А.А. Корпоративная культура современной компании. Генезис и тенденции развития. Казань: БУК, 2015.
7. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. СПб.: Питер, 2012.

7. ОРГАНИЗАЦИОННО–ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

Обучение по дополнительной профессиональной образовательной программы повышения квалификации осуществляется с применением ДОТ и ЭО. Для реализации этого Центр располагает платформой для корпоративного обучения Moodle, которая соответствует всем критериям электронной информационно-образовательной среды, позволяя решить вопрос идентификации личности при подтверждении результатов обучения и осуществлять образовательный процесс. При этом используется следующий порядок идентификации слушателей. Системный администратор формирует личные кабинеты слушателей на основе приказа о зачислении. Каждый слушатель на адрес электронной почты, указанный при регистрации на Портале НМФО, получает логин и пароль, который необходимо изменить при первом посещении личного кабинета. После этого слушатель получает доступ к учебным материалам. Электронные учебные материалы включают в себя лекции, экспертную информацию. Такой подход обеспечивает индивидуальный темп обучения. Учебные материалы доступны слушателям в любое время, они сами могут выбрать время и объём изучаемых материалов.

Кадровые условия.

Образовательная программа обеспечена преподавательским составом:

	ФИО	Специальность	Сертификат	Ученая степень, научное звание	Квалификационная категория
1	Лелюхин Сергей Викторович	-	-	Кандидат социологических наук, доцент	-

8. Форма аттестации

Промежуточная аттестация по Разделам 1, 2, проходит в форме оценка практических навыков, а итоговая аттестация проходят в форме тестирования.

Лица, освоившие дополнительную профессиональную программу повышения квалификации и успешно прошедшие итоговую аттестацию, получают удостоверение о повышении квалификации (ФЗ № 273 от 29.12.12, установленный образец, третьего вида).

9. ЛИСТ ДОПОЛНЕНИЙ И ИЗМЕНЕНИЙ

[illegible]

10. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

10.1. Контрольно-измерительные материалы к промежуточному контролю.

Оценка практических навыков к Разделу 1. «Анализ и оценка корпоративной культуры организации»

Этап 1. Проведение исследования.

В качестве исследовательского инструмента предлагается подход Р. Дафта и Э. Шейна, которые выделили артефакты как видимые организационные культуры и процессы. Артефакты проявляются как результат действия основополагающих представлений, бессознательных убеждений, особенностей восприятия, мыслей и чувств сотрудников организации на провозглашаемые верования и ценности (стратегии, цели, философии). Артефакты – это самый поверхностный уровень культуры. Они включают в себя все явления, которые можно увидеть, услышать и почувствовать при вхождении в новую группу с незнакомой культурой.

Для анализа состояния корпоративной культуры организации сосредоточьтесь на выявлении характеристик следующих предлагаемых Р. Дафтом и Э. Шейном артефактов:

- 1) архитектура физического окружения;
- 2) язык;
- 3) стиль, воплощаемый в одежде, манере общения, эмоциональной атмосфере, мифах и историях, связанных с организацией;
- 4) внешние ритуалы и церемонии.

Используйте метод наблюдения. Это метод сбора первичной социальной информации путём прямой и непосредственной регистрации исследователем событий, условий. Включенное наблюдение предполагает интеграцию исследователя в наблюдаемые события и процессы, а невключенное осуществляется при невмешательстве исследователя в изучаемые события. Включенное наблюдение также называют «участвующим», тем самым подчеркивая активную роль исследователя, который от роли наблюдателя переходит к исполнению роли полноправного участника событий.

Участвующее наблюдение в своей основе имеет интерпретацию теории понимающей социологии. Её целью является понимание культур с точки зрения их представителей. К основным характеристикам участвующего наблюдения можно отнести: интерес к смыслам и интеракциям с перспективы инсайдеров и членов особых ситуаций и контекстов; исполнение роли участника, что предполагает установление и поддержание отношений с представителями изучаемого сообщества в поле.

Результаты наблюдения внесите в таблицу

Артефакты	Описание текущего состояния	Оценка текущего состояния	Необходимые меры изменения к лучшему
Архитектура физического окружения			
Язык			
Стиль, воплощаемый в одежде, манере общения, эмоциональной атмосфере, мифах и историях, связанных с организацией			
Внешние ритуалы и церемонии			

Работа оценивается «зачтено» / «не зачтено».

Оценка «**зачтено**» выставляется за контрольную работу, если в ней материал изложен грамотно и по существу, без существенных неточностей.

Оценку «**не зачтено**» получает контрольная работа, в которой допущены существенные ошибки при ответах на вопросы, ответ на теоретический вопрос представляет собой переписанный из учебника материал.

**Оценка практических навыков к Разделу 1.
«Нейминг. Десять стратегий»**

Задача: Разработать название медицинской или фармацевтической организации, используя 10 стратегий нейминга (по три названия в рамках каждой стратегии).

	Стратегии	Название 1	Название 2	Название 3
1	Абстрактное название			
2	Название-символ			
3	Описательное название			
4	Ассоциативное название			
5	Комбинаторное название			
6	Имя, фамилия			
7	Название-топоним			
8	Аббревиатурное название			
9	Название латиницей			
10	Аллитерация			

Проведите анализ каждого названия, оценив сильные и слабые стороны, оставив в итоге три лучших названия.

Работа оценивается «зачтено» / «не зачтено».

Оценка «**зачтено**» выставляется за контрольную работу, если в ней материал изложен грамотно и по существу, без существенных неточностей.

Оценку «**не зачтено**» получает контрольная работа, в которой допущены существенные ошибки при ответах на вопросы, ответ на теоретический вопрос представляет собой переписанный из учебника материал.

10.2. Контрольно-измерительные материалы к итоговой аттестации

Тест

Выберите один правильный ответ

1. **Какое из утверждений неверно в отношении корпоративной культуры?**
 1. Это система материальных и духовных ценностей, мифов и ритуалов, принятых в определенной компании, отражающих ее индивидуальность
 2. Это синоним понятия «организационная культура»
 3. Она существует в любой компании, с момента появления организации и до самого конца
 4. Это совокупность всех элементов айдентики с подробным описанием их правильного употребления
2. **Кто выделил три уровня корпоративной культуры?**
 1. Ф. Котлер
 2. П. Друкер
 3. Э. Шейн
 4. О. Виханский
3. **К артефактам корпоративной культуры не относится:**
 1. Язык
 2. Ритуалы и церемонии
 3. Порядок приёма на работу
 4. Архитектура
4. **Р. Акофф выделил четыре типа организационной культуры. Что не имеет отношения к типологии Р. Акоффа?**
 1. Закрытый
 2. Корпоративный
 3. Партизанский
 4. Предпринимательский
5. **Что не относится к типам включения человека в организацию согласно О. Виханскому?**
 1. Оригинал
 2. Приспособленец
 3. Бунтарь
 4. Лидер
6. **Каковы этапы создания корпоративной культуры?**
 1. Мозговой штурм – индивидуальное осмысление – всеобщее принятие
 2. Предложение менеджера – групповое убеждение – групповое представление
 3. Генерация идеи – групповое обсуждение – законодательное закрепление
 4. Принятие коллективом – принятие руководством - принятие обществом
7. **К функциям фирменного стиля не относится:**
 1. Идентификация среди конкурентов
 2. Формирование положительного имиджа
 3. Заявление обществу о стабильности
 4. Лидерство в конкурентной среде

8. Логотип – это...

1. Специально разработанная, стилизованная сокращенная форма названия фирмы (товара) в оригинальном начертании чтобы достичь высокой прибыли в организации;
2. Деятельность, которая ставит своей целью получение прибыли с помощью удовлетворения потребностей пациентов
3. Управление общественным мнением посредством знаков
4. Маркетинговый прием с целью получения продаж

9. Что не относится к типам логотипа?

1. Только текст
2. Только изображение
3. Сочетание изображения и текста
4. Сочетание образа и цвета

10. Что такое мем?

1. Это популярный в массах потребителей логотип
2. Это экономически выгодный подход в маркетинге
3. Это не требующий разъяснений символ, который может принимать форму слов, действий, звуков, рисунков, передающих определенную идею
4. Это идея товара

Критерии выставления оценок за ответы на тест:

Оценка «5» - 10 правильных ответов;

Оценка «4» - 9 правильных ответов;

Оценка «3» - 8 правильных ответов

Оценка «2» - 7 и менее правильных ответов

Разработчики

С.В. Лелюхин _____

И.В. Лелюхина _____