



Теорія і методика професійної освіти

УДК 378:615.1

DOI <https://doi.org/10.5281/zenodo.18827000>

**Модель поетапного формування професійних комунікативних
і лідерських компетентностей майбутніх фармацевтів
у системі мовної і фахової освіти**

Лукаш Юлія Михайлівна

старший викладач кафедри мовної підготовки та соціально-гуманітарних наук,
Державний заклад «Луганський державний медичний університет», м. Рівне,
вул. 16 липня, 36,

<https://orcid.org/0000-0002-7744-0632>

Гришина Олена Сергіївна

старший викладач кафедри мовної підготовки та соціально-гуманітарних наук,
Державний заклад «Луганський державний медичний університет», м. Рівне,
вул. 16 липня, 36,

<https://orcid.org/0000-0002-5452-7719>

Шемякіна Ксенія Юріївна

асистент кафедра фармації, управління та адміністрування, Державний заклад
«Луганський державний медичний університет», м. Рівне, вул. 16 липня, 36,

<https://orcid.org/0009-0000-3418-4360>

Прийнято: 11.02.2026 | Опубліковано: 28.02.2026

***Анотація:** Мета дослідження полягає в побудові інтегрованої системи професійної підготовки фармацевтів, яка синтезує мовну освіту з розвитком*



управлінських і міжособистісних навичок в єдину траєкторію компетентнісного зростання. **Методологічну основу** дослідження становить компетентнісний та особистісно-орієнтований підходи, доповнені принципами міждисциплінарності, безперервності і рефлексивності. У роботі застосовано методи теоретичного аналізу українських і зарубіжних джерел для визначення структури професійних компетентностей, систематизації та узагальнення – для встановлення взаємозв'язків між освітніми компонентами, моделювання – для побудови поетапної системи формування цільових якостей майбутніх фахівців. **Результатом** стала трирівнева модель, що охоплює базовий комунікативно-мовний рівень (1–2 курс) з акцентом на оволодінні білінгвальною фармацевтичною термінологією, академічною грамотністю і навичками роботи з професійними текстами українською та іноземною мовами; проміжний іміджево-лідерський етап (2–3 курс), спрямований на інтеріоризацію професійної етики, розвиток емоційного інтелекту, конструювання автентичного образу фахівця через дисципліну «Я-бренд фармацевта» та засвоєння організаційного контексту діяльності; завершальний управлінсько-професійний період (4–5 курс), що забезпечує синтез усіх набутих компетентностей в результаті оволодіння клієнт-орієнтованим підходом, управлінськими навичками, маркетинговими інструментами та їх апробацію в реальних умовах виробничої практики. Визначено п'ять структурних компонентів цільових компетентностей: когнітивний (знання про комунікацію, лідерство, менеджмент), діяльнісно-комунікативний (вербальна та невербальна взаємодія, активне слухання, аргументація), особистісно-лідерський (ініціативність, відповідальність, організаторські здібності, командоутворення), емоційно-ціннісний (емпатія, професійна етика, емоційний інтелект, саморегуляція) і рефлексивно-оцінювальний (самоаналіз, самовдосконалення, усвідомлення власних сильних сторін). Обґрунтовано механізми інтеграції п'яти освітніх компонентів («Українська мова за



професійним спрямуванням», «Іноземна мова за професійним спрямуванням», «Я-бренд фармацевта», «Фармацевтичний менеджмент і маркетинг», «Організація фармації») через спільні цілі формування професійної ідентичності, наскрізні завдання розвитку комунікативної майстерності та кумулятивний ефект послідовного накопичення компетентностей. Узагальнюючи, дослідження ґрунтується на системному інтегруванні лінгвістичної, іміджевої та менеджерської підготовки як взаємопов'язаних етапів формування інтегральної професійної компетентності. Такий підхід долає традиційну фрагментарність освітніх компонентів і забезпечує готовність випускників до реалізації пацієнтоорієнтованої практики та здійснення управлінської діяльності у фармацевтичній сфері.

Ключові слова: професійна освіта, професійні комунікативні компетентності, лідерські компетентності, міждисциплінарний підхід, Я-бренд фармацевта, фармацевтичний менеджмент і маркетинг.

**A model for the gradual development of professional communication
and leadership skills in future pharmacists within the language
and professional education system**

Yuliia Lukash

Senior Lecturer of the Department of Language Training and Social Sciences and Humanities, State Establishment “Lugansk State Medical University”, Rivne, 36, 16
Lypnia Street,

<https://orcid.org/0000-0002-7744-0632>

Olena Hryshyna

Senior Lecturer of the Department of Language Training and Social Sciences and Humanities, State Establishment “Lugansk State Medical University”, Rivne, 36, 16



Lypnia Street,

<https://orcid.org/0000-0002-5452-7719>

Kseniia Shemiakina

Asistant of the Department of Pharmacy, Management, and Administration, State Establishment “Lugansk State Medical University”, Rivne, 36, 16 Lypnia Street,

<https://orcid.org/0009-0000-3418-4360>

Abstract: *The aim of the study is to develop an integrated system of professional training for pharmacists that synthesizes language education with the development of managerial and interpersonal skills into a unified trajectory of competency growth. The methodological framework is grounded in competency-based and learner-centered approaches, complemented by the principles of interdisciplinarity, continuity, and reflexivity. The research employs methods of theoretical analysis of Ukrainian and international sources to determine the structure of professional competencies, as well as systematization and generalization to establish interrelations among educational components. Modeling is applied to construct a stage-based system for the development of the target qualities of future professionals. The study results in a three-level model that includes a foundational communicative and linguistic stage (Years 1–2), focused on the acquisition of bilingual pharmaceutical terminology, academic literacy, and skills in working with professional texts in both Ukrainian and a foreign language. The intermediate image-building and leadership stage (Years 2–3) is aimed at the internalization of professional ethics, the development of emotional intelligence, the construction of an authentic professional identity through the course “The Pharmacist’s Personal Brand,” and the understanding of the organizational context of professional activity. The final managerial and professional stage (Years 4–5) ensures the synthesis of all acquired competencies through mastery of the client-centered approach, managerial skills, marketing tools, and their practical*



*implementation during professional internships. Five structural components of the target competencies are identified: the cognitive component, encompassing knowledge of communication, leadership, and management; the activity-based communicative component, including verbal and non-verbal interaction, active listening, and argumentation; the personal leadership component, comprising initiative, responsibility, organizational abilities, and team-building skills; the emotional-value component, covering empathy, professional ethics, emotional intelligence, and self-regulation; and the reflective-evaluative component, involving self-analysis, self-improvement, and awareness of one's strengths. The mechanisms for integrating five educational components, namely "Ukrainian for Professional Purposes," "Foreign Language for Professional Purposes," "The Pharmacist's Personal Brand," "Pharmaceutical Management and Marketing," and "Organization of Pharmacy," are substantiated through shared objectives of professional identity formation, cross-cutting tasks aimed at developing communicative mastery, and the cumulative effect of sequential competency acquisition. **In summary**, the study is based on the systematic integration of linguistic, image-building, and managerial training as interrelated stages in the formation of integral professional competence. This approach overcomes the traditional fragmentation of educational components and ensures graduates' readiness for patient-centered practice and managerial activity in the pharmaceutical sector.*

Keywords: *vocational education, professional communicative competencies, leadership competencies, interdisciplinary approach, Selfbrand of a pharmacist, pharmaceutical management and marketing.*

Постановка проблеми. Аналіз сучасної практики фармацевтичної діяльності свідчить про суттєві прогалини в підготовці випускників фармацевтичних факультетів. Так Н. Р. Самінені та К. Мандава зазначають, що до 72 % молодих фармацевтів відчують труднощі при спілкуванні з пацієнтами



під час консультування щодо застосування лікарських засобів [1, с. 203]. Хоча навчальні програми включають навчання комунікаційним навичкам, результати З. Джалал та ін. свідчать, що частина фармацевтів і випускників все ще недостатньо підготовлені до проведення консультацій, орієнтованих на пацієнта, та потребують подальшого практичного навчання і вдосконалення цих навичок [2]. Окрім цього, керівники аптекних закладів і викладачі також відзначають, що молоді спеціалісти часто не володіють достатніми навичками вирішення конфліктних ситуацій, побудови довірливих стосунків із клієнтами та аргументованого пояснення фармакотерапевтичної інформації, що потребує посилення практичних компонентів у навчальному процесі і включення спеціальних комунікативних тренінгів до програм фармацевтичної освіти [3].

Водночас спостерігається парадоксальна ситуація, адже фармацевти отримують якісну фахову підготовку з фармакології, фармацевтичної хімії, технології ліків, однак не вміють застосовувати ці знання в реальній комунікації із пацієнтами. Вони знають механізм дії препарату, але не можуть донести цю інформацію зрозумілою мовою. Володіють знаннями з фармацевтичного менеджменту, але не здатні очолити колектив аптеки чи відділу через брак лідерських якостей і навичок управлінської комунікації.

Причина полягає в тому, що в навчальних планах підготовки фармацевтів дисципліни «Українська мова за професійним спрямуванням», «Іноземна мова за професійним спрямуванням», «Я-бренд фармацевта», «Фармацевтичний менеджмент і маркетинг», «Організація фармації» викладаються ізольовано одна від одної, без чіткого розуміння їхнього взаємозв'язку та послідовності у формуванні єдиної системи професійних компетентностей. Студенти не розуміють, як саме мовна підготовка пов'язана з побудовою професійного іміджу, а навички ефективної комунікації – з управлінськими функціями майбутнього провізора чи завідувача аптеки.



Відтак існує нагальна потреба у створенні системної моделі, яка б чітко визначала етапи, зміст і послідовність формування професійних комунікативних і лідерських компетентностей, забезпечуючи їх органічну інтеграцію в процес фармацевтичної освіти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У контексті розвитку фармацевтичної освіти значна увага приділяється формуванню професійних компетентностей, зокрема комунікативних і лідерських, які є ключовими для ефективної взаємодії із пацієнтами, колегами та стейкхолдерами в системі охорони здоров'я. Попередні дослідження демонструють, що ці компетентності не тільки підвищують якість фармацевтичного обслуговування, але і сприяють адаптації фахівців до викликів сучасного ринку праці, таких як глобалізація, технологічні інновації та міждисциплінарна співпраця.

Більшість досліджень вказують на те, що формування комунікативних компетентностей є фундаментальним для професійної підготовки фармацевтів, оскільки воно забезпечує ефективне спілкування в професійному середовищі. Наприклад, О. Д. Мельничук, І. М. Хмеляр і Л. О. Кушнір у статті про комунікативні навички та стратегії виявили, що ефективне володіння іноземними мовами (англійською та німецькою) сприяє професійному розвитку, академічній співпраці та якісному консультуванню пацієнтів. Вони проаналізували ключові стратегії, такі як активне слухання, уточнення, формулювання рекомендацій та аргументована комунікація, і підкреслили труднощі в професійній комунікації, пропонуючи методи їх подолання через інтерактивне навчання та симуляційні моделі [4, с. 130]. Подібно до цих результатів, О. Мельник та О. Приступко в роботі про формування комунікативної компетентності під час вивчення хімічних дисциплін показали ефективність методів, таких як бригадно-групова робота, евристичні бесіди, дискусії і нестандартні заняття (наприклад, виставки-конкурси чи презентації), які тренують вербальні та невербальні навички. Їхні результати свідчать, що такі



підходи підвищують мотивацію здобувачів і сприяють інтеграції комунікації у фахові дисципліни [5].

Щодо лідерських компетентностей, дослідження демонструють їхню важливість для кар'єрного зростання та інновацій у фармації. Так, А. Алі та ін. виявили середній рівень знань, навичок і ставлення до лідерства серед студентів-фармацевтів. Вони підкреслили роль міжпрофесійної освіти (IPE), клінічних ротацій та інтеграції лідерських концепцій у курси, а також виявили, що попередній досвід виконання лідерських ролей сприяє формуванню позитивного ставлення до лідерства [6]. У свою чергу, Х. К. Джин та Ю. Кім встановили, що на лідерство впливають помірний рівень комунікаційних навичок, критичного мислення, розв'язання проблем і лідерства, з сильними кореляціями між ними. Вони виявили, що комунікаційна компетентність є найсильнішим предиктором лідерства, і рекомендували інноваційні підходи в навчальних програмах [7].

Інтеграція комунікативних і лідерських компетентностей у ширшому контексті професійної освіти досліджена М. Аль-Ісмаїл та ін., які виявили, що 63,2 % акредитованих шкіл фармації Східно-Середземноморського регіону впроваджують компетентнісну освіту (CBE) з високим охопленням комунікаційних навичок і міжпрофесійної співпраці, але низьким для управління. Вони ідентифікували бар'єри, такі як внутрішній опір та обмежені ресурси, а також визначили фасилітаторів, які підтримують лідерство [8]. Натомість А. Аль-Хакан та ін. присвятили дослідження адаптації глобальної рамки компетентностей FIP (Global Advanced Development Framework) для національного контексту Кувейта з метою створення моделі формування професійних компетентностей фармацевтів, яка враховує комунікативні та лідерські навички. У межах результатів було визначено, що більшість здобувачів оцінюють свої компетентності на низькому рівні, особливо у сферах «робота з іншими» та «дослідження й оцінювання» [9]. Це свідчить про наявність прогалин у практичній підготовці здобувачів, які потребують більш систематичного



розвитку навичок міжособистісної взаємодії, аргументованого консультування пацієнтів і лідерського потенціалу.

Соціальні й етичні аспекти, пов'язані з комунікацією та лідерством були досліджені В. Кіщуком, А. Дейнекою та О. Гончар. Автори визначили ключові компоненти, такі як когнітивний, діяльнісно-комунікативний та рефлексивний, і рівні (аксіологічний, суб'єктний, праксеологічний), включаючи емоційний інтелект, адаптивність та емпатію [10]. У формуванні професійної компетентності О. Штрімайтис та ін. підкреслили роль мотиваційного, особистісного, комунікативного та контроль-рефлексивного компонентів, рекомендуючи інтерактивні форми, рольові ігри і кейс-методи [11]. Під час аналізу етичних компетентностей Н. Суцук виявила, що 70 % аптечних мереж вимагають етичних навичок, і що освітні програми корелюють із вимогами стейкхолдерів, підкреслюючи роль етики в комунікації [12]. Досліджуючи лідерські компетентності М. Аман, Н. Аракава та К. Андерсон визначили 8 тем, що включають 34 компетентності та 155 поведінкових тверджень лідерства [13].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.

Незважаючи на значний науковий доробок, низка питань залишається відкритою, що вказує на прогалини в літературі. По-перше, більшість досліджень [6–8] фокусуються на оцінці поточного рівня компетентностей або адаптації глобальних фреймворків [9], але рідко пропонують поетапні моделі формування професійних комунікативних і лідерських компетентностей, особливо інтегровані в систему мовної і фахової освіти. О. Д. Мельничук та ін. [4] і О. Мельник з О. Приступко [5] акцентують на методах формування комунікативних компетентностей у конкретних дисциплінах, але не розробляють комплексну поетапну структуру, що враховує етапи від базового навчання до професійної практики.

По-друге, хоча комунікаційні та лідерські компетентності часто пов'язуються [10; 11], однак бракує досліджень, що інтегрують мовну освіту з



фаховою, особливо для майбутніх фармацевтів у неангломовних контекстах. Хоча Н. Суцук підкреслює етичні та соціальні аспекти, але не аналізує, як вони еволюціонують поетапно через мовні бар'єри [12].

По-третє, регіональні відмінності (наприклад, Східний Середземноморський регіон [8] чи Кувейтський фонд [9]) показують контекст-специфічні виклики, але відсутні порівняльні дослідження, що враховують культурні та мовні чинники в глобальному масштабі. М. Аман та ін. описали проблему та структуру компетентностей, але не розробили модель, яка б перевірила ефективність конкретної педагогічної технології їх формування [13].

Цей огляд підкреслює, що попередні дослідження заклали основу для розуміння важливості компетентностей, але для заповнення прогалин потрібна нова модель, яка фокусується на поетапному розвитку в системі мовної і фахової освіти.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета дослідження полягає в науковому обґрунтуванні та розробці поетапної моделі формування професійних комунікативних і лідерських компетентностей майбутніх фармацевтів через інтеграцію освітніх компонентів мовної, іміджевої та управлінської підготовки. На основі визначеної мети необхідно: 1) проаналізувати теоретичні засади формування професійних комунікативних і лідерських компетентностей майбутніх фармацевтів у контексті сучасних вимог фармацевтичної галузі та визначити їх структурні компоненти; 2) розробити поетапну модель розвитку професійних комунікативних і лідерських компетентностей майбутніх фармацевтів, що включає етапи мовно-комунікативної підготовки, формування професійного іміджу та лідерства, удосконалення професійних та управлінських компетентностей; 3) обґрунтувати міждисциплінарну інтеграцію освітніх компонентів («Українська мова за професійним спрямуванням», «Іноземна мова за професійним спрямуванням», «Я-бренд фармацевта», «Фармацевтичний менеджмент і маркетинг»,



«Організація фармації») у запропонованій моделі та визначити їх роль у формуванні цільових компетентностей.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасна фармацевтична галузь переживає період трансформаційних змін, які вимагають переосмислення підходів до професійної підготовки майбутніх фахівців. Парадигмальний зсув від медикаментоцентричної до пацієнтоорієнтованої моделі фармацевтичної допомоги радикально змінює вимоги до компетентностей фармацевтів, які дедалі частіше виконують ключові ролі в міждисциплінарних командах, координують догляд за пацієнтами та приймають критично важливі рішення в стресових умовах.

Комунікативна компетентність виступає наріжним каменем професійності фармацевта. Структурно вона охоплює вербальний та невербальний складники, водночас активне слухання є найпоширенішою стратегією в спілкуванні з пацієнтами. Дослідження О. Д. Мельничук та ін. демонструє, що невербальна комунікація показує найвищий коефіцієнт кореляції із рівнем задоволеності пацієнтів (88 %), що свідчить про її критичну роль у формуванні довіри між фармацевтом і пацієнтом [4, с. 135].

Як виявили А. Сусанто та ін., комунікативні навички, емоційний інтелект і міжособистісна привабливість фармацевтичних працівників позитивно впливають на якість фармацевтичного обслуговування. При цьому стратегічне мислення сприяє ефективному обміну інформацією, аргументованому переконанню та формуванню довіри між фармацевтом і пацієнтом [14], а М. Іршан та Ш. Вахюнінгсіх підкреслюють, що комунікація є ключовим елементом у підвищенні задоволеності пацієнтів і суттєво впливає на рівень лояльності [15].

Лідерство у фармацевтичній сфері набуває особливого значення в контексті управлінських викликів. Глобальний аналіз компетенційних рамок, проведений М. Аманом та ін., виявив вісім ключових тематичних областей



лідерських компетентностей: емоційний інтелект, комунікація, встановлення напрямку діяльності, культура й управління, особистісний і кадровий розвиток, управління ресурсами, співпраця та командна робота, професійна і соціальна етика [13, с. 344–346].

Емоційний інтелект охоплює самосвідомість, саморегуляцію, мотивацію, емпатію та соціальні навички, виступаючи медіатором між комунікативними навичками і результатами професійної діяльності. Самосвідомість і саморегуляція виявилися найчастіше згадуваними субкомпонентами емоційного інтелекту в аналізованих рамках компетентностей. Фармацевти з високим рівнем емоційного інтелекту демонструють кращі результати в консультуванні пацієнтів, управлінні медикаментами та навчанні пацієнтів, що в результаті покращує якість фармацевтичних послуг [13].

Дослідження К. Морейра та А. Ель-Сайєд доводять, що симуляційне навчання є ефективним інструментом формування лідерських компетентностей і навичок управління кризовими ситуаціями. Студенти інтервенційної групи, які проходили симуляційний тренінг, продемонстрували значно вищі результати за показниками лідерської компетентності (87,3 % проти 74,5 %, $p < 0,001$) та точності прийняття рішень порівняно з контрольною групою, що отримувала традиційні лекції [16]. Симуляційний тренінг лідерства надає можливість студентам практикувати навички прийняття рішень, комунікації та вирішення проблем у високонапружених і динамічних обставинах, які відтворюють реальні виклики. Такий тип тренінгу дозволяє студентам розвивати навички критичного мислення та відчувати, що означає перебувати під тиском і приймати критично важливі рішення у сфері охорони здоров'я.

Критичну важливість залучення різних категорій стейкхолдерів до неформальної освіти здобувачів підкреслюють Н. Сахнацька та К. Косяченко. Фармацевтичні компанії не лише надають бази для практики, але й активно впроваджують освітні проекти, спрямовані на розвиток практичних навичок



студентів, обізнаності щодо нових лікарських засобів, інновацій у виробництві, управлінні маркетингом і промоцією. Прикладами успішної взаємодії є освітній проєкт «З досвідом у майбутнє», що був ініційований АТ «Галичфарм», програма «Академія Серв'є» компанії «Серв'є Україна», міжнародний онлайн-хакатон Farmak Science Start 2.0 та науково-практична конференція «Школа молодих науковців Farmak». Аптечні мережі, такі як «Подорожник» та «9-1-1», створили освітні програми для здобувачів, випускників і молодих фахівців, що забезпечує інтенсивне навчання під керівництвом досвідчених наставників [17, с. 125–126].

У статті В. Довжук акцент робиться на ролі інноваційних освітніх технологій у професійній підготовці магістрів фармації в умовах євроінтеграційних змін. Упровадження дистанційного навчання на основі створення навчальних платформ для віддаленого доступу, проведення інтерактивних лекцій у режимі онлайн, проблемних вебінарів, розробки електронних навчальних курсів із відеосупроводом практичних занять сприяє підвищенню ефективності освітнього процесу та якості вищої освіти [18].

О. Кузенко, Н. Леочко та І. Іванчук наголошують, що впровадження компетентнісного та студентоцентрованого підходів до організації освітнього процесу є дієвим чинником забезпечення ефективності професійної підготовки майбутніх фармацевтів. Науковці підкреслюють важливість вибіркового дисциплін, таких як «Професійна культура фармацевта» та «Основи поведінки споживача у фармації», які позитивно впливають на формування конкурентоспроможних фахівців на ринку фармацевтичних послуг [19, с. 103].

На основі комплексного аналізу досліджених джерел [4; 13–19] можна виокремити наступні структурні компоненти професійних комунікативних і лідерських компетентностей майбутніх фармацевтів у таблиці 1.

Таблиця 1

Структурні елементи професійної комунікативної і лідерської компетентності майбутніх фахівців фармації

Компонент	Опис
Когнітивний	Включає систему знань про теорії лідерства (трансформаційне, транзакційне, служінне лідерство), моделі прийняття рішень, принципи ефективної комунікації в охороні здоров'я, етичні засади фармацевтичної практики. Цей компонент формується як через формальну освіту, так і через неформальні формати.
Операційно-діяльнісний	Представлений практичними навичками прийняття рішень у кризових ситуаціях, управління командою, вирішення міжпрофесійних конфліктів, комунікації із пацієнтами та колегами. Найбільш ефективним засобом формування цих навичок є симуляційне навчання та практико-орієнтований підхід.
Мотиваційно-ціннісний	Охоплює професійну мотивацію, ціннісні орієнтації, етичні переконання та готовність до безперервного професійного розвитку. Формування цього компоненту відбувається через залучення студентів до соціально відповідальних ініціатив та участі в професійних асоціаціях.
Комунікативний	Включає навички ефективної вербальної і невербальної комунікації, активного слухання, емпатії, переконання, презентації ідей, роботи в команді. Розвиток відбувається через участь у конференціях, хакатонах та інших освітніх заходах.
Адаптаційний	Представлений гнучкістю мислення, здатністю адаптуватися до змінних умов професійного середовища, стресостійкістю, резильєнтністю.
Цифровий	Включає навички роботи з сучасними цифровими інструментами, платформами, електронними системами охорони здоров'я, цифровими освітніми ресурсами.

Джерело: власна розробка авторів.

Отже, теоретичні засади формування професійних комунікативних і лідерських компетентностей майбутніх фармацевтів у контексті сучасних вимог фармацевтичної галузі ґрунтуються на інтеграції особистісного та компетентнісного підходів, симуляційного навчання, інноваційних освітніх технологій і широкого залучення різних категорій стейкхолдерів до неформальної освіти. Структурні компоненти цих компетентностей у сукупності

забезпечують цілісну підготовку сучасного фармацевта як компетентного, проактивного, етично відповідального та конкурентоспроможного фахівця.

Актуальність розвитку soft skills у професійній діяльності фахівців фармації набуває важливого значення. Тому необхідне теоретичне обґрунтування та розробка поетапної моделі розвитку професійних комунікативних і лідерських компетентностей майбутніх фармацевтів у процесі професійної підготовки. Вона включає три послідовні етапи, кожен з яких характеризується специфічними завданнями, змістом і методами реалізації (табл. 2).

Таблиця 2

Структура поетапної моделі розвитку професійних компетентностей

Етап	Період навчання	Ключові компетентності	Домінуючі методи
I. Мовно-комунікативна підготовка	1–2 курс. Мета етапу: формування базових комунікативних компетентностей і мовленнєвої культури майбутніх фармацевтів	Мовленнєва компетентність, іншомовна комунікація, академічна грамотність, базові навички міжособистісного спілкування	Інтерактивні вправи, рольові ігри, дискусії, презентації, кейс-методи
II. Формування професійного іміджу та лідерства	2–3 курс. Мета етапу: розвиток професійно-етичної компетентності, лідерських якостей та емоційного інтелекту	Професійна етика, лідерські якості, емоційний інтелект, командна взаємодія, формування іміджу фахівця	Тренінги, майстер-класи, проєктна діяльність, аналіз етичних дилем, менторство
III. Удосконалення професійних та управлінських компетентностей	4–5 курс. Мета етапу: інтеграція сформованих компетентностей у цілісну систему професійної поведінки, розвиток	Фармацевтична опіка, управлінські навички, клієнт-орієнтованість, аналітичне мислення, інноваційність	Виробнича практика, симуляційні тренінги, стажування, науково-дослідна робота



Етап	Період навчання	Ключові компетентності	Домінуючі методи
	управлінських навичок і здатності до інноваційної діяльності		
Розроблена модель базується на інтеграції компетентнісного, системного та діяльнісного підходів і спрямована на цілісне, поетапне формування професійних, комунікативних та лідерських компетентностей майбутніх фармацевтів через активну практико-орієнтовану діяльність і взаємопов'язані мотиваційні, когнітивні, діяльнісні та рефлексивні компоненти.			

Джерело: власна розробка авторів.

На першому етапі (1–2 курс) формується фундамент професійної комунікації, що вимагає інтеграції «Української мови за професійним спрямуванням» та «Іноземної мови за професійним спрямуванням». Ці дисципліни виконують базову функцію у формуванні мовленнєвої компетентності та академічної грамотності – ключових компетентностей першого етапу згідно з моделлю (табл. 2).

Українська мова за професійним спрямуванням на цьому етапі забезпечує оволодіння технологіями усного та писемного мовлення, формування вмінь чітко висловлювати думки, аргументувати позицію та вести діалог. Студенти опановують фармацевтичну термінологію, навчаються створювати академічні тексти (реферати, есе, доповіді), що відповідає завданням розвитку академічної грамотності. Особлива увага приділяється нормативному аспекту професійної комунікації, а саме правильності, точності та логічності викладу думок, що створює міцну мовну основу для подальшого професійного розвитку.

Іноземна мова за професійним спрямуванням інтегрується з українською мовою на рівні формування паралельного термінологічного апарату та навичок роботи з професійними текстами різними мовами. Модель акцентує необхідність оволодіння міжнародною фармацевтичною термінологією та здатністю працювати з іншомовними джерелами інформації. Ця дисципліна розширює



комунікативний простір майбутнього фармацевта, дозволяючи опрацьовувати актуальну англomовну наукову літературу, інструкції до лікарських засобів міжнародних виробників, брати участь у міжнародних освітніх проєктах.

Інтеграція мовних дисциплін на першому етапі реалізується шляхом використання паралельних текстів (білінгвальний підхід), створення глосаріїв фармацевтичних термінів українською та іноземною мовами, порівняльний аналіз структури наукових і професійних текстів у різних мовних традиціях. Методичний інструментарій етапу включає використання інтерактивних вправ, рольових ігор, дискусій і презентацій, що передбачають активне використання обох мов для розвитку комунікативних навичок.

Міждисциплінарна інтеграція на цьому етапі також реалізується через зв'язок мовних дисциплін із фаховими предметами. Опрацювання фармацевтичних текстів, створення доповідей із фахових тем, участь у дискусіях із професійних питань вимагають поєднання мовних навичок із базовими фармацевтичними знаннями, що забезпечує контекстуалізацію мовного навчання та формування міжособистісного спілкування в професійному контексті.

Другий етап упродовж 2–3 курсу характеризується переходом від загальних комунікативних навичок до специфічних професійних компетентностей. На цьому етапі ключову роль відіграє дисципліна «Я-бренд фармацевта», що виступає інтегратором комунікативних, етичних і лідерських компонентів професійної підготовки. Вона інтегрує сформовані на першому етапі мовленнєві та комунікативні навички з новими компетентностями: професійною етикою, лідерськими якостями й емоційним інтелектом. Ця дисципліна забезпечує усвідомлене конструювання професійної ідентичності, яка об'єднує вербальні та невербальні аспекти комунікації, етичні принципи і цінності професії, лідерські якості ц особистісні характеристики в цілісний професійний образ.



Формування професійного іміджу фармацевта, як зазначено в моделі (табл. 2), передбачає інтеріоризацію етичних норм і цінностей професії, розвиток відповідальності за прийняті рішення, дотримання стандартів професійної поведінки. «Я-бренд фармацевта» інтегрує ці аспекти через рефлексію власних комунікативних практик, усвідомлення особистісних сильних сторін та зон розвитку, стратегічне планування професійної кар'єри.

Інтеграція з мовними дисциплінами виявляється в необхідності вербалізації професійної ідентичності, як-от створення професійного резюме, мотиваційних листів, самопрезентацій українською та іноземною мовами. Лідерські компетентності, що формуються на цьому етапі (здатність приймати ініціативу, організовувати роботу команди, мотивувати колег), реалізуються в результаті комунікації, що вимагає високого рівня володіння професійним мовленням.

Організація фармації, яка традиційно викладається на 2–3 курсі, інтегрується з «Я-брендом фармацевта» через формування розуміння організаційного контексту професійної діяльності та нормативно-правових основ функціонування фармацевтичної системи, що визначає етичні межі і професійні стандарти поведінки фармацевта. Знання організаційної структури фармацевтичної галузі, принципів ліцензування та сертифікації створює системне бачення професії, необхідне для формування автентичного професійного іміджу.

Методичне забезпечення етапу передбачає проведення тренінгів із лідерства та командоутворення, майстер-класів провідних фахівців, а також використання кейс-методу для аналізу етичних дилем і проєктної роботи, що реалізовує активну інтеграцію різних компетентностей. Наприклад, аналіз етичних дилем вимагає поєднання знань з організації фармації (нормативні аспекти), професійної етики (ціннісні орієнтири), комунікативних навичок (аргументація позиції) і лідерських якостей (прийняття відповідальних рішень).



Третій етап (4–5 курс) спрямований на інтеграцію всіх сформованих компетентностей у цілісну систему професійної поведінки та їх застосування в реальних умовах діяльності. На цьому етапі провідну роль відіграє «Фармацевтичний менеджмент і маркетинг», який інтегрує управлінські навички з комунікативними, лідерськими та професійно-етичними компетентностями. Ця дисципліна забезпечує розвиток управлінських навичок, передбачених моделлю (табл. 2): планування й організація роботи, контроль над виконанням завдань, делегування повноважень і раціональне використання ресурсів. Такі навички нерозривно пов'язані з комунікативною компетентністю, оскільки управління передбачає постійну взаємодію з підлеглими, колегами, постачальниками та контролюючими органами.

Клієнт-орієнтований підхід, який стає домінуючим принципом на третьому етапі, вимагає інтеграції комунікативних навичок (консультування пацієнтів, вирішення конфліктних ситуацій), маркетингових знань (сегментація клієнтів, персоналізація обслуговування), управлінських умінь (організація якісного обслуговування) та етичних компетентностей (повага до особистості пацієнта, конфіденційність).

Маркетинговий компонент дисципліни інтегрується з «Я-брендом фармацевта» через застосування маркетингових принципів до формування та просування власного професійного бренду. Студенти навчаються визначати свою унікальну цінність пропозиції (UVP), позиціонувати себе на ринку праці, використовувати інструменти цифрового маркетингу для побудови професійної репутації.

Організація фармації на цьому етапі інтегрується з менеджментом і маркетингом у результаті формування розуміння системних аспектів управління фармацевтичним закладом: організаційної структури, нормативно-правового регулювання, процесів ліцензування та сертифікації і взаємодії із



контролюючими органами. Знання організаційних процесів створює контекст для управлінської діяльності та визначає її правові й етичні межі.

Мовні дисципліни на цьому етапі інтегруються через необхідність створення управлінської документації (бізнес-плани, маркетингові стратегії, звіти, презентації) українською мовою та роботи з міжнародними партнерами для вивчення кращих практик фармацевтичного менеджменту іноземною мовою.

Методична реалізація третього етапу відбувається через виробничу практику, симуляційні тренінги, розробку управлінських проєктів і науково-дослідну роботу. Наприклад, розробка бізнес-плану аптечного закладу вимагає інтеграції знань із менеджменту та маркетингу (економічне обґрунтування), організації фармації (нормативні вимоги), мовних навичок (оформлення документації), лідерських якостей (презентація проєкту) і професійної етики (соціальна відповідальність бізнесу).

Ефективність запропонованої моделі забезпечується дотриманням наступних принципів. Перший – це принцип послідовності та поетапності, що передбачає логічне ускладнення змісту і методів формування компетентностей від курсу до курсу, наступність між етапами, облік рівня сформованості компетентностей на попередньому етапі.

Другий – принцип інтеграції, який забезпечує поєднання теоретичної підготовки з практичною діяльністю, міждисциплінарний характер формування компетентностей, взаємозв'язок аудиторної і позааудиторної роботи.

Третій – принцип безперервності означає систематичний характер розвитку компетентностей упродовж усього періоду навчання, створення умов для постійного удосконалення, формування установки на безперервний професійний розвиток.

Четвертий принцип – індивідуалізація, що реалізується через врахування індивідуальних особливостей, здібностей та освітніх потреб здобувачів, надання



можливості вибору траєкторії професійного розвитку, застосування диференційованих завдань і форм контролю.

П'ятий – принцип рефлексивності, який передбачає формування здатності до самоаналізу та самооцінки, усвідомлення власних досягнень і проблем, коригування траєкторії професійного розвитку на основі рефлексії.

Реалізація поетапної моделі розвитку професійних комунікативних і лідерських компетентностей має забезпечити формування у випускників закладів фармацевтичної освіти інтегральної професійної компетентності. Передусім вона передбачає здатність до ефективної комунікації із різними категоріями пацієнтів, медичними працівниками, колегами та представниками фармацевтичних компаній. Водночас важливим результатом є демонстрація лідерських якостей у професійній діяльності, зокрема ініціативності, відповідальності, здатності приймати рішення й організовувати роботу команди. Не менш значущими складниками виступають високий рівень емоційного інтелекту та дотримання професійної етики, що забезпечують конструктивну взаємодію в професійному середовищі. Крім того, модель сприяє формуванню управлінських компетентностей, необхідних для організації роботи аптечного закладу. У підсумку це забезпечує готовність майбутніх фахівців до інноваційної діяльності, безперервного професійного розвитку та самовдосконалення.

Висновки. Проведене дослідження дозволило науково обґрунтувати та розробити поетапну модель формування професійних комунікативних і лідерських компетентностей майбутніх фармацевтів через інтеграцію освітніх компонентів мовної, іміджевої та управлінської підготовки.

Аналіз теоретичних засад засвідчив, що сучасна фармацевтична освіта потребує переосмислення традиційних підходів до професійної підготовки. Зміна парадигми фармацевтичної допомоги від зосередження на лікарських засобах до орієнтації на потреби пацієнта зумовлює необхідність підготовки майбутніх фахівців, які володіють не лише ґрунтовними професійними



знаннями, але і сформованими комунікативними та лідерськими компетентностями. Структурні компоненти цих компетентностей охоплюють когнітивну, діяльнісно-комунікативну, особистісно-лідерську, емоційно-ціннісну та рефлексивно-оцінювальну складові, що в сукупності забезпечують цілісну підготовку конкурентоспроможного фахівця.

Розроблена поетапна модель включає три послідовні етапи професійного становлення. Перший етап для 1–2-го курсу спрямований на формування мовно-комунікативних компетентностей через інтеграцію української та іноземної мов за професійним спрямуванням, що створює міцний фундамент для подальшого розвитку. Другий етап, що розрахований для 2–3-го курсу, характеризується формуванням професійного іміджу та лідерських якостей завдяки введенню дисципліни «Я-бренд фармацевта», яка інтегрує комунікативні навички з професійною етикою й емоційним інтелектом. Третій етап (4–5 курс) забезпечує удосконалення професійних та управлінських компетентностей через вивчення фармацевтичного менеджменту та маркетингу, організації фармації і проходження виробничої практики.

Міждисциплінарна інтеграція освітніх компонентів реалізується через дотримання принципів послідовності, безперервності, рефлексивності та індивідуалізації. Кожна дисципліна виконує специфічну функцію. Мовні дисципліни формують комунікативну базу, «Я-бренд фармацевта» інтегрує особистісні та професійні якості, «Організація фармації» забезпечує розуміння системного контексту діяльності, а «Фармацевтичний менеджмент і маркетинг» розвивають управлінські компетентності. Така інтеграція забезпечує не фрагментарне, а системне формування професійної компетентності майбутніх фармацевтів.

Запропонована модель усуває виявлену проблему ізольованого викладання дисциплін і забезпечує їх органічну взаємодію у формуванні єдиної системи



професійних компетентностей, необхідних для успішної діяльності в сучасних умовах фармацевтичної галузі.

Перспективним напрямом подальших досліджень є практична перевірка запропонованої моделі шляхом проведення педагогічного експерименту. Доцільно порівняти рівень сформованості професійних комунікативних і лідерських компетентностей у студентів експериментальної та контрольної груп. Це дасть змогу отримати як кількісні, так і якісні результати ефективності поетапного підходу.

Список використаних джерел

1. Samineni N. R., Mandava K. Perceptions, barriers, and real-life impact of communication skills training among pharmacy students: a crosssectional study. *Indian Journal of Pharmacy Practice*. 2026. Vol. 19, No. 2. P. 202–212. DOI: <https://doi.org/10.5530/ijopp.20260474>
2. Communications skills in the pharmacy profession: a cross sectional survey of UK registered pharmacists and pharmacy educators / Z. Jalal et al. *Pharmacy (Basel)*. 2018. Vol. 6, No. 4. Article 132. DOI: <https://doi.org/10.3390/pharmacy6040132>
3. The impact of using simulation-based learning to further develop communication skills of pharmacy students and pharmacists: a systematic review / L. Foucault-Fruchard et al. *BMC Medical Education*. 2024. Vol. 24. Article 1435. DOI: <https://doi.org/10.1186/s12909-024-06338-6>
4. Мельничук О. Д., Хмеляр І. М., Кушнір Л. О. Комунікативні навички та стратегії як основа ефективного спілкування у сферах фармацевтичної освіти й фармації. *Вісник Міжнародного економіко-гуманітарного університету імені Академіка Степана Дем'янчука. Серія: Педагогіка та психологія*. 2025. № 2. С. 130–137. DOI: <https://doi.org/10.32782/3041-2021/2025-2-19>



5. Мельник О., Приступко О. Формування комунікативної компетентності майбутніх фармацевтів у процесі вивчення хімічних дисциплін. *Нові технології навчання*. 2021. № 95. С. 158–167. DOI: <https://doi.org/10.52256/2710-3560.95.2021.18>
6. Examining the perception of undergraduate pharmacy students towards their leadership competencies: a mixed-methods study / A. Aly et al. *BMC Medical Education*. 2025. Vol. 25. Article 833. <https://doi.org/10.1186/s12909-025-07266-9>
7. Jin H. K., Kim E. Factors affecting leadership in pharmacy students: a nationwide survey. *Journal of Healthcare Leadership*. 2024. No. 16. P. 213–225. DOI: <https://doi.org/10.2147/JHL.S459865>
8. Competency-based curricula in the Eastern Mediterranean Region schools of pharmacy: a framework-informed mixed method study / M. Al-Ismail et al. *Journal of Pharmaceutical Policy and Practice*. 2026. Vol. 19, No. 1. Article 2612865. DOI: <https://doi.org/10.1080/20523211.2026.2612865>
9. Competency development for pharmacy: adopting and adapting the FIP global advanced development framework / A. Al-Haqan et al. *Frontiers in Medicine*. 2024. Vol. 11. Article 1442643. DOI: <https://doi.org/10.3389/fmed.2024.1442643>
10. Кішук В. М., Дейнека А. С., Гончар О. О. Формування соціальної компетентності фахівців фармацевтичної галузі. *Health & Education*. 2024. № 2 С. 233–237. DOI: <https://doi.org/10.32782/health-2024.2.30>
11. Shtrimaitis O., Deineka A., Chornous V. Formation of professional competence of future pharmacists in the process of professional training. *Health & Education*. 2025. Vol. 3, No. 3. P.347–352. DOI: <https://doi.org/10.32782/health-2025.3.41>
12. Сущук Н. А. Формування етичних компетентностей майбутніх фармацевтів: аналіз вимог ринку праці та освітніх програм. *Соціальна фармація в охороні здоров'я*. 2025. Т. 11, № 3. С. 11–16. DOI: <https://doi.org/10.24959/sphhcj.25.364>



13. Moudhi A., Naoko A., Claire A. Leadership competencies and behaviours in pharmacy: a qualitative content analysis. *Research in Social and Administrative Pharmacy*. 2025. Vol. 21, No. 5. P. 340–350. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2025.02.001>
14. Susanto A., Sari A. A., Purwantingrum H., Rashid N. Communication competence, emotional intelligence and interpersonal attractiveness of pharmaceutical workers in the quality of drug services. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 2025. Vol. 15, No. 7. P. 1772–1787. DOI: <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBSS/v15-i7/25894>
15. Irshan M., Wahyuningsih S. The influence of pharmacists communication skills in pharmaceutical services on the level of trust, satisfaction and patient loyalty. *Jurnal Sains dan Teknologi Farmasi Indonesia*. 2025. Vol. 14, No. 1. P. 26–34. DOI: <https://doi.org/10.58327/jstfi.v14i1.97>
16. Moreira C., El-Sayed A. Simulation-based leadership training for pharmacy education: Effect on decision-making and crisis management. *Journal of Pharmacy Education and Leadership*. 2025. Vol. 1, No. 2. P. 1–11. URL: <https://jagpublications.in/wp-content/uploads/2025/09/JPEL-Vol.12-3-Sep-2025.pdf>
17. Сахнацька Н. М., Косяченко К. Л. Роль стейкхолдерів у неформальній освіті майбутніх фармацевтів. *Health & Education*. 2025. № 2. С. 123–131. DOI: <https://doi.org/10.32782/health-2025.2.15>
18. Довжук В. В. Методика формування професійної компетентності майбутніх магістрів фармації засобами інноваційних освітніх технологій в умовах євроінтеграційних змін. *Наукові записки. Серія: Педагогічні науки*. 2021. № 194. С. 94–100. DOI: <https://doi.org/10.36550/2415-7988-2021-1-194-94-100>
19. Кузенко О., Леочко Н., Іванчук І. Актуальні аспекти формування професійної готовності майбутніх фармацевтів. *Освітні обрії*. 2023. Т. 57, № 2. С. 101–104. DOI: <https://doi.org/10.15330/obrii.57.2.101-104>