

метастазы в легкие, правосторонний гидроторакс. В веществе головного мозга – без видимых патологических изменений при РКТ.

Ребенок в тот же день переведен в Республиканский научно–практический центр детской онкологии, гематологии и иммунологии в г. Минске для проведения полихимиотерапии и решения вопроса об оперативном лечении новообразования.

Выводы. Представленный клинический случай демонстрирует позднюю диагностику новообразования почки в связи с атипичностью течения заболевания (по данным литературы около 20–25% детей имеют гематурию), а также отсутствием настороженности как у родителей, так и у врачей–педиатров при осмотре и диспансерном наблюдении ребенка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Августиневич, И. А. Нефробластомы у детей: что необходимо знать. – Медыцынскі веснік 1991 – 2025 –

URL:<https://medvestnik.by/konspektvracha/nefroblastomy-u-detej-hto-neobkhodimo-znat>. (дата обращения: 03.01.2025).

2. Сидорова И. А. Клиника и диагностика опухоли Вильмса у детей // Огарев–online. – 2014. – №12. – URL:<https://journal.mrsu.ru/arts/klinika-i-diagnostika-opukholi-vilmsa-u-detejj>

ТЕХНОЛОГИИ СОБЫТИЙНОГО МАРКЕТИНГА И ВОВЛЕЧЕННОСТЬ МОЛОДЕЖИ В АКТИВНЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ

Кормилкина С.Д., Шумова А.Л.

*Рязанский государственный медицинский университет имени академика
И.П. Павлова*

Актуальность. В стремлении побудить людей вести здоровый образ жизни технологии социального маркетинга все чаще используются в профилактике заболеваний и укреплении здоровья. Одной из наиболее популярных технологий является Event Marketing – событийный маркетинг. События оказались ключевым компонентом маркетинговых стратегий, реализуемых для стимулирования и укрепления коммуникации между аудиторией и организаторами с целью продвижения ценности личного здоровья и ответственности за него. Вовлечение в игровую деятельность позволяет сформировать позитивный опыт и сделать информационную поддержку востребованной и актуальной. Актуальной является задача привлечение широкой аудитории к участию в мероприятиях по продвижению активного образа жизни [1, 2].

Цель. Цель работы: изучить ключевые компоненты технологий событийного маркетинга в вовлечение молодежи в активный образ жизни.

Методы исследования. В рамках исследования были проанализированы отчеты по мероприятиям за прошедшие три года, а также был проведен опрос 30 студентов волонтеров (8 мужчин) в возрасте от 18 до 22 лет.

Результаты и их обсуждение. Анализ отчетов по мероприятиям по продвижению физической активности показал, что организаторами и активными участниками являются одни и те же студенты. Количество мероприятий явно недостаточно для привлечения большинства студентов, к организации и мотивированию студентов практически не привлекаются преподаватели клинических дисциплин, что особенно актуально для студентов медиков

Результаты и их обсуждение. Опрос волонтеров выявил дополнительные проблемы – отсутствие мероприятий с опорой на будущую профессиональную деятельность (40%), слабое освещение в социальных сетях как организации, так и результатов проведенных мероприятий (100%) и предпочтение видеть в организаторах сокурсников, а не преподавателей, необходимость акцента на интерактивные игровые формы (73.3%)

Выводы. Недостаточная подготовленность волонтеров к применению игровых форм событийного маркетинга с целью продвижения ценности здоровья и ответственности за него ставит проблему их дополнительной подготовки. Также перспективным направлением является подготовка преподавателей–клиницистов к организации и проведению данных форм работы со студентами. В рамках преподавания профилактической медицины, в частности, обучения популяционным технологиям, данное направление имеет и профессиональное значение.

ЛИТЕРАТУРА

1. Firestone, R. The effectiveness of social marketing in global health: a systematic review. / R. Firestone, C.J. Rowe, S.N. Modi, D. Sievers // Health Policy Plan. – 2017. – Vol.32. – P. 110–124. doi: 10.1093/heapol/czw088
2. Alsharairi NA, Li L. Social marketing targeting healthy eating and physical activity in young adult university students: A scoping review. /N.A. Alsharairi, L. Li // Heliyon. – 2024. – Vol. 24. – P.31–39. doi: 10.1016/j.heliyon.2024.e31930

АНАЛИЗ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ СВОЕЙ ЖИЗНЬЮ НАСЕЛЕНИЯ КАТЕГОРИИ 60 ЛЕТ И СТАРШЕ НА ПРИМЕРЕ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ: ПИЛОТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ.

Корнейко П.Л.

Гродненский государственный медицинский университет

Актуальность. Анализ удовлетворенности своей жизнью прямо пропорционально отражает качество жизни.