

SUBIECTE EXAMEN PE POST ASISTENT MEDICAL GENERALIST
COMPARTIMENT EVALUARE ȘI PROMOVARE A SĂNĂTĂȚII
VARIANTA I

1. Enumerați principiile care guvernează conduita profesională a personalului contractual din cadrul aparatului de specialitate al Direcției de Sănătate Publică Alba, conform art. 12 din Codul de conduită etică și profesională a personalului Direcției de Sănătate Publică Alba; **10 PUNCTE (0,75/principiu);**
2. Care sunt intervențiile pentru un stil de viață sănătos din cadrul PN XII Programul Național de Evaluare și Promovare a Sănătății și Educație pentru Sănătate, conform OMS ORDIN nr. 964 din 31 martie 2022 privind aprobarea Normelor tehnice de realizare a programelor naționale de sănătate publică, Publicat în MONITORUL OFICIAL nr. 320 din 1 aprilie 2022; **5 PUNCTE (0,71/intervenție);**
3. Care sunt atribuțiile Compartimentului de evaluare și promovare a sănătății din cadrul direcțiilor de sănătate publică județene și a municipiului București conform ORDIN nr. 1078 din 27 iulie 2010, privind aprobarea regulamentului de organizare și funcționare și a structurii organizatorice ale direcțiilor de sănătate publică județene și a municipiului București; **15 PUNCTE (1 punct/atribuție);**
4. Descrieți piramida alimentară și specificați numărul porțiilor recomandate pe zi din fiecare grupă de alimente **15 PUNCTE (8 descriere + 7 PUNCTE (un punct pe număr porții/grupă de alimente));**
5. Care sunt criteriile de selecție și conduită pentru parteneri în activitățile de evaluare și promovare a sănătății, conform metodologiei INSP? **10 PUNCTE (1 punct/criteriu);**
6. Enumerați canalele de comunicare utilizate în campaniile de promovare a sănătății. **10 PUNCTE (2 puncte/canal);**
7. Descrieți Modelul epidemiologic al factorilor care determină starea de sănătate după Dever G.E., 1976 **10 PUNCT (2,5 punct/ factor);**
8. Definiți conceptul de promovare a sănătății și precizați direcțiile de acțiune prevăzute în Charta de la Ottawa 1986. **10 PUNCTE (5 puncte/definiție; 1 punct/direcție de acțiune).**
9. Definiți conceptul de advocacy și enumerați cele șase componente ale procesului de pledoarie **10 PUNCTE (4 puncte/definiție; 1 punct/componentă).**
10. Definiți produsul din marketingul social și enumerați produsele tangibile. **5 PUNCTE (2 puncte/definiție + 1 punct/produs tangibil).**

BAREM CORECTARE VARIANTA 1

1. Capitolul III. Principii, valori și notiuni de etică, conduită profesională și integritate: 10 PUNCTE (0,75/principiu)

Art.12. Principiile care guvernează conduita profesională a funcționarilor publici și a personalului contractual din cadrul aparatului de specialitate al Direcției de Sănătate Publică Alba sunt următoarele:

- **supremația Constituției și a legii** - principiu conform căruia personalul instituției are îndatorirea de a respecta Constituția și legile țării;
- **prioritatea interesului public** - principiu conform căruia funcționarii și personalul contractual au îndatorirea de a considera interesul public mai presus decât interesul personal, în exercitarea atribuțiilor funcției;
- **asigurarea egalității de tratament a cetățenilor în fața autorităților și instanțelor Publice** - principiu conform căruia funcționarii publici și personalul contractual au îndatorirea de a aplica același regim juridic în situații identice sau similare;
- **imparțialitatea și independența** - principiu conform căruia funcționarii publici și personalul contractual sunt obligați să aibă o atitudine obiectivă, neutră față de orice interes politic, economic, religios, altul decât interesul public, în exercitarea funcției deținute;
- **integritatea morală** - principiu conform căruia funcționarilor publici și personalului contractual le este interzis să solicite sau să accepte, direct ori indirect, pentru ei sau pentru alții, vreun avantaj ori beneficiu în considerarea funcției pe care o detin sau să abuzeze în vreun fel de această funcție;
- **profesionalismul** - principiu conform căruia funcționarii publici și personalul contractual au obligația să își îndeplinească atribuțiile de serviciu cu responsabilitate, cu maximum de eficiență, eficacitate, corectitudine și conștiințiozitate, conform competențelor deținute și în cunoștință de cauză în ceea ce privește reglementările legale aplicabile;
- **independent operațională** - principiu conform căruia personalul instituției nu va solicita sau primi dispoziții de la nici o autoritate publică, instituție sau persoană, în afara celor reglementate prin lege aferente postului ocupat. Personalul din cadrul aparatului de specialitate al Direcției de Sănătate Publică Alba trebuie să se manifeste liber de orice interes, să nu fie influențat de aspecte interne sau externe în exercitarea atribuțiilor de serviciu, să nu se implice direct sau indirect în aspecte care exced sfera sa de competență, să nu accepte

nici o formă de intimidare din interiorul sau exteriorul institutiei, să nu imprumute bunuri sau bani si să nu beneficieze de servicii sau de alte avantaje de la terti, colegi, sau superiori, sau subordonati si să nu se plaseze sub nici un fel de influență care ar putea interveni in rationamentul său profesional, si care ar putea genera riscuri privind respectarea acestui principiu;

- **libertatea gândirii si a exprimării**- principiu conform căruia functionarii publici si personalul contractual pot să-si exprime si să-si fundamenteze opiniile, cu respectarea ordinii de drept si a bunelor moravuri;
- **cinstea si corectitudinea**- principiu conform căruia, in exercitarea functiei si in indeplinirea atribuțiilor de serviciu, functionarii publici si personalul contractual trebuie să fie de bună-credință si să acționeze pentru indeplinirea conformă a atributiilor de serviciu;
- **nediscriminarea** - principiu conform cu principiul omonim consacrat de Constitutia României, care prevede la art. 16 alin. 1 faptul că „cetățenii sunt egali in fata legii si a autoritatilor publice, fără privilegii si fără discriminări”, in virtutea căruia personalul din cadrul aparatului de specialitate al Directiei de Sănătate Publică Alba Iulia au obligatia ocrotirii drepturilor fara deosebire pe baza de rasă, nationalitate, etnie, limbă, religie, categorie socială, convingeri, sex sau orientare sexuală, ori apartenență la o categorie defavorizată;
- **deschiderea si transparenta** - principiu conform căruia activitățile desfășurate de functionarii publici si personalul contractual in exercitarea atributiilor functiilor lor sunt publice si pot fi supuse monitorizării cetățenilor;
- **confidențialitatea** - principiu conform căruia personalul institutiei are obligatia de a pastra secretul eu privire la date si informatii cu care operează în activitatea profesională, in general si cu precădere de a respecta reglementările in vigoare in ceea ce priveste protectia datelor cu caracter personal;
- **responsabilitatea si răspunderea** - principiu conform căruia functionarii publici si personalul contractual răspund in conformitate cu prevederile legale atunci când atributiile de serviciu nu au fost indeplinite corespunzător.

2. Care sunt intervențiile pentru un stil de viață sănătos din cadrul PN XII: 5 PUNCTE (0,71/intervenție)

1.1 organizarea și desfășurarea campaniilor IEC destinate temelor prioritare de intervenție

conform calendarului priorităților naționale ;

1.2. organizarea și desfășurarea intervențiilor IEC destinate priorităților de sănătate specifice locale;

1.3. organizarea și desfășurarea de intervenții IEC pentru activitate fizică și nutriție;

1.4. organizarea și desfășurarea de intervenții pentru promovarea sănătății în comunități și grupuri vulnerabile;

1.5. organizarea și desfășurarea de intervenții de prevenție primară pentru reducerea consumului dăunător de alcool;

1.6. elaborarea cadrului metodologic pentru organizarea rețelei spitalelor care promovează sănătatea;

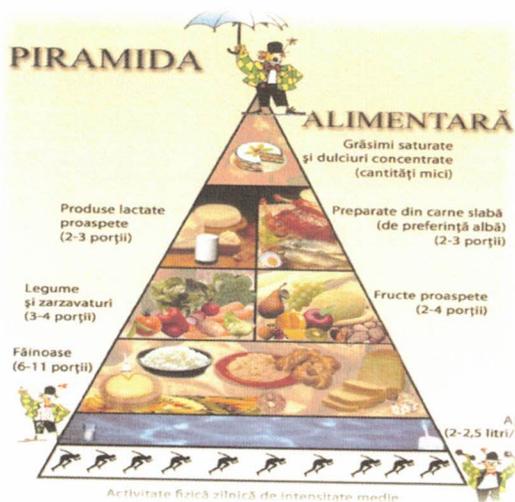
1.7. activități complementare.

3. Care sunt atribuțiile Compartimentului de evaluare și promovare a sănătății: 15 PUNCTE (1 punct/atribuție);

- a) asigură monitorizarea și coordonarea programelor de sănătate publică în domeniul bolilor netransmisibile la nivel județean;
- b) colectează trimestrial și anual indicatorii programelor de sănătate specifice și de demografie de la unitățile sanitare, în conformitate cu actele normative în vigoare și reglementările europene în domeniu;
- c) asigură culegerea și validarea datelor la nivel județean pentru registrele naționale de boli netransmisibile;
- d) propune conducerii direcției constituirea unor echipe interdisciplinare care asigură evaluarea indicatorilor rezultați din supravegherea bolilor cronice în teritoriu;
- e) analizează și evaluează indicatorii de morbiditate și mortalitate legați de evoluția bolilor netransmisibile în județ și evoluția acestora la populația din teritoriu;
- f) în realizarea atribuțiilor sale colaborează direct cu unitățile județene de implementare a programelor de sănătate, precum și cu structurile specializate ale Institutului Național de Sănătate Publică;
- g) se subordonează metodologic Institutului Național de Sănătate Publică, prin Centrul Național de Evaluare și Promovare a Stării de Sănătate și structurile sale de specialitate din centrele regionale de sănătate publică;

- h) participă la colaborări interinstituționale, la nivel județean, cu organizații guvernamentale și neguvernamentale pentru asigurarea corelării activităților din cadrul programelor naționale de sănătate cu alte inițiative, finanțate din alte surse;
- i) primește anual, trimestrial și ori de câte ori este nevoie, de la casa de asigurări de sănătate județeană sau a municipiului București analiza modului în care a fost derulat programul de sănătate cu scop curativ;
- j) face propuneri către conducerea direcției de sănătate publică județene și a municipiului București privind utilizarea fondurilor specifice alocate derulării programelor de sănătate publică în domeniul bolilor netransmisibile și supraveghere demografică la nivel județean;
- k) furnizează informații către populație referitoare la prevenirea bolilor și la promovarea sănătății;
- l) dezvoltă la nivel local programe de promovare a sănătății și de educație pentru sănătate, în funcție de prioritățile locale, programele naționale și strategiile europene;
- m) elaborează proiecte în parteneriat cu autoritățile locale, reprezentanții în teritoriu ai altor ministere, organizații neguvernamentale și reprezentanțe internaționale, în vederea soluționării problemelor comunitare;
- n) furnizează servicii de formare în educația pentru sănătate adresate formatorilor din cadrul și din afara sistemului de sănătate;
- o) elaborează, editează și asigură multiplicarea de materiale publicitare specifice;

4. Descrieți piramida alimentară și specificați numărul porțiilor recomandate pe zi din fiecare grupă de alimente (Ghid alimentație sănătoasă)



15 puncte

8 descriere + un punct pe număr porții/grupă de alimente);

5. Organizațiile partenere trebuie să îndeplinească următoarele condiții: 10 PUNCTE (1 punct/criteriu);

Organizațiile partenere trebuie să îndeplinească următoarele condiții:

1. Să fie organizații legale constituite conform legislației românești aplicabile în vigoare ;
2. Să fie persoane juridice independente față de instituțiile/autoritățile statului și partidele politice (să își determine singure propriile politici organizaționale și managementul financiar);
3. Să nu fie Persoana Fizică Autorizată (PFA) sau întreprindere individuală, ori echivalent;
4. Reprezentanții săi legali/structurile de conducere și persoanele care asigură conducerea organizației să nu fi fost condamnați printr-o hotărâre judecătorească definitivă;
5. Să fi derulat în ultimii 5 ani, fără întrerupere, activități de evaluare și promovare a sănătății;
6. Să dispună de personal cu expertiză și experiență în domeniul evaluării și promovării sănătății dedicat activităților specifice;
7. Să nu utilizează surse de finanțare care provin din industria producătoare sau distribuitoare de tutun și nici din fonduri constituite din activități ilegale;
8. Să nu utilizeze sigla INSP fără acordul acestuia;
9. Pentru activitățile comune cu INSP, să declare sursele de finanțare utilizate; în cazurile în care sursele de finanțare provin și din industrii producătoare sau distribuitoare de alcool, alimente, băuturi carbogazoase, medicamente, cosmetică, etc, organizațiile partenere trebuie să își declare conflictele de interes ;
10. Să fie de acord ca în activitățile comune cu INSP de evaluare și promovare a sănătății să respecte criteriile de evaluare a campaniilor/materialelor IEC (<http://insp.gov.ro/sites/cnepss/wp-content/uploads/2019/07/Criterii-de-evaluare.pdf>) și opiniile specialiștilor cu privire la metodologiile de evaluare/cercetare;
11. Organizațiile partenere și personalul acestora să nu beneficieze de resurse financiare de la INSP și Ministerul Sănătății pentru îndeplinirea activităților derulate în baza parteneriatului; nici INSP și personalul acestuia nu va primi astfel de resurse de la organizațiile partenere, parteneriatul bazându-se pe utilizarea de către INSP și organizații a propriilor resurse financiare pentru derularea unor activități comune

6. Enumerați canalele de comunicare utilizate în campaniile de promovare a sănătății (https://insp.gov.ro/download/cnepss/metodologii_ghiduri_recomandari_si_evidente_stiintifice/ghiduri_si_recomandari/Metode-utilizate-in-monitorizarea-starii-de-sanatate-publica.pdf - pg. 21; 10 PUNCTE (2 puncte/canal de comunicare);

Canale de comunicare:

1. Comunicarea față în față: Interviuri, Întâlniri formale, Discuții individuale sau de grup
2. Comunicare scrisă: • Cu exteriorul , prin scrisori , • În interior, prin note informative, • Broșuri si manual, • Rapoarte, • Buletine informative, reviste, • Faxuri
3. Comunicare vizuală: diapozitive, filme, grafice, postere
4. Comunicare orală: telefoane, sisteme de amplificare
5. Comunicare electronica: E-mail (poștă electronică), rețele de transmisie a datelor, INTERNET, pagere, video conferințe

7. **Descrieți Modelul epidemiologic al factorilor care determină starea de sănătate după Dever** https://insp.gov.ro/download/cnepss/metodologii_ghiduri_recomandari_si_evidente_stintifice/ghiduri_si_recomandari/Metode-utilizate-in-monitorizarea-starii-de-sanatate-publica.pdf pg. 7: 10 PUNCTE (2,5 punct/ factor)

Biologia umană, serviciile de sănătate, comportamentul, mediul

8. **Definiți conceptul de promovare a sănătății și precizați direcțiile de acțiune prevăzute în Charta de la Ottawa 1986 (Manual Promovarea Sănătății pg. 7) 10 PUNCTE (5 puncte/definiție; 1 punct/direcție de acțiune).**

Promovarea sănătății este procesul care oferă individului și colectivităților posibilitatea de a-și crește controlul asupra determinanților sănătății și, prin aceasta, de a-și îmbunătăți starea de sănătate.

Direcții de acțiune: 1.Întărirea acțiunii comunitare; 2.Construirea de politici de sănătate publică; 3.Crearea de medii de support; 4.Dezvoltarea abilităților personale; 5.Reorientarea serviciilor de sănătate.

9. **Definiți conceptul de advocacy și enumerați cele șase componente ale procesului de pledoarie (Manual Promovarea sănătății, pg. 125): 10 PUNCTE (4 puncte/definiție; 1 punct/componentă).**

Pledoarie (advocacy): activitatea de atragere a atenției comunității la o problemă importantă și direcționarea decidenților către găsirea unei soluții pentru problema respectivă. Pledoarie înseamnă atragerea mai multor persoane pentru realizarea unei schimbări pozitive. Persoana care face advocacy pledează pentru o cauză, este un supporter, un activist (cu o conotație pozitivă).

Pledoaria are mai multe componente:

1. Formarea persoanelor, găsirea conducătorilor de grup (formali sau informali)

2. Convingerea decidenților sau a politicienilor (activitate de lobby) să schimbe politicile
3. Folosirea mass-media
4. Realizarea unor alianțe
5. Mobilizarea comunității pentru realizarea schimbării
6. Generarea resurselor necesare punerii în practică a schimbării sau a menținerii acesteia (fundraising)

10. Definiți produsul din marketingul social și enumerați produsele tangibile (Manual Promovarea Sănătății, pg. 204): 5 PUNCTE (2 puncte/definiție + 1 punct/produs tangibil).

În marketingul social produsul este reprezentat de comportamentul pe care dorim să-l adopte audiența țintă (Kotler et al., 2002). De asemenea, produsul marketingului social include și orice obiecte tangibile și servicii dezvoltate pentru a susține și a facilita schimbarea comportamentului audienței țintă (Kotler et al., 2002).

Produsele tangibile sunt foarte variate (Lefebvre, 1992):

- Prezervative
- Curriculum școlar pentru educație pentru sănătate
- Materiale (în format tipărit, electronic sau video) de auto-ajutorare utilizate de exemplu de cei care doresc să renunțe la fumat.