

CRM CRISIS RESOURCE MANAGEMENT



04 Aprile 2024

Sede del corso: Centro di Simulazione SimUMed, Polo Biomedico E. Altomare - Palazzina 2A, piano seminterrato via Napoli, 121, 71122 Foggia FG

Obiettivo del corso

L'iniziativa si propone di utilizzare la macro-simulazione per promuovere nei partecipanti lo sviluppo di competenze di gestione efficace DELL'EMERGENZAURGENZA MEDICA. La formazione sarà pertanto incentrata sul riconoscimento e sul trattamento opportuno delle emergenze conseguenti a complicanze, effetti collaterali o errori umani o malfunzionamenti delle apparecchiature. Finalità del corso è di acquisire conoscenze relative ai principi del Crisis Resource Management (comunicazione, lavoro in team, gestione delle risorse, ecc.) e sviluppare competenze relazionali e di gruppo utili alla gestione delle criticità.

Crisis Resource Management (CRM) enfatizza il fattore umano comportamentale nella gestione di una emergenza. E' un momento particolarmente stressante e quindi maggiormente soggetto a errori. Attraverso l'uso di un setting clinico simulato vengono ricreate realisticamente delle situazioni cliniche di emergenza (scenari). Le abilità di gestione e leadership vengono successivamente discusse in una sessione di debriefing utilizzando la registrazione video dello scenario clinico simulato. Il debriefing enfatizza gli elementi relativi alla gestione dell'emergenza da parte del team: comunicazione, distribuzione dei ruoli, individuazione delle priorità, consapevolezza dell'emergenza, errori di fissazione

Faculty: L.Mirabella, P. Del Vecchio, G. Ercolino

Programma

Ore 08:30 Registrazione

Ore 9:00- 10:00 I principi del Crises Resources Management (L. Mirabella)

Ore 10:00- 11:00: Comunicazione, lavoro in team, gestione delle risorse (G. Ercolino)

Ore 11:00-13:00 Gioco di gruppo: comunicare e passare informazioni (L. Mirabella, G. Ercolino, P. Del Vecchio)

Ore 13:00 Pausa pranzo

Ore 14:00 – 16:30 Sessione di simulazione con casi clinici High Fidelity e debriefing sui principi del CRM

Ore 16:30- 17:00 Take home message, conclusioni e Questionari di gradimento