

1. На фармацевтический рынок Украины поступило новое лекарственное средство. Известно, что торговля им убыточна: низок объем продаж, велики маркетинговые расходы. В какой фазе жизненного цикла находится данное лекарственное средство:

a. внедрение

- b. зрелость
- c. спад
- d. насыщение
- e. рост

2. Для изучения рынка потребителей лекарственных препаратов антигистаминного действия фирма приняла решение о проведении маркетинговых исследований. Укажите какой этап исследований является первоочередным:

- a. разработка плана сбора первичной информации
- b. сбор и анализ вторичной информации
- c. определение проблемы и формирование целей исследования**
- d. сбор и анализ первичной информации
- e. составление отчета

3. Для проведения маркетинговых исследований по изучению рынка потребителей препаратов желчегонного действия изучаемого региона фирма определила проблему и сформулировала цели исследования. К какому этапу исследования ей необходимо приступить далее:

- a. сбор и анализ вторичной информации**
- b. сбор первичной информации
- c. составление отчета
- d. анализ первичной информации
- e. разработка плана сбора первичной информации

4. При утверждении правил внутреннего трудового распорядка, на начальном этапе создания аптечного предприятия стоит вопрос о длительности перерыва предоставляемого работникам в течение рабочего дня. Какой должна быть продолжительность перерыва согласно КЗоТ Украины?

- a. -
- b. не более 2 часов**
- c. не менее 3 часов
- d. не более 1 часа
- e. 2,5 часа

5. В теории менеджмента процесс контроля, независимо от его видов, подразделяется на три этапа. Какое из представленных утверждений не относится к этапам процесса контроля?

- a. -
- b. выбор метода контроля**
- c. разработка стандартов и критериев
- d. сравнение результатов со стандартами и выявление отклонений
- e. изменение стандартов и корректировка действий

6. В основе концепции социально-этичного маркетинга лежит сбалансирование трех факторов. Какой из перечисленных факторов не относится к указанным?

- a. материально-техническая база**
- b. предприятие (прибыль)
- c. все ответы верны
- d. общество (благополучие людей)
- e. покупатели (удовлетворение потребностей)

7. Производитель лекарственных средств формирует систему распределения продукции. При этом он ориентируется на максимальное привлечение сети посредников. Какой вид сбыта выбирает производитель

- a. Эксклюзивный
- b. Селективный

с. интенсивный

d. Смешанный

e. -

8. В теории маркетинга сформулированы конкретные принципы в форме обращения к производителю или реализатору. Принцип “в гостях хорошо, а дома лучше: ищи собственную рыночную нишу – дом для своих товаров” означает:

a. изучение потребностей потребителей и состояния спроса на товар

b. разделение рынка на относительно однородные группы потребителей и ориентация деятельности на те сегменты, где предприятие имеет лучшие потенциальные возможности

c. выход на сегменты рынка с наибольшей конкуренцией

d. необходимость проведения инновационной деятельности, развития творческого подхода к хозяйственным проблемам

e. развитие системы продвижения товаров

9. Сотрудник фармацевтической фирмы получил задание провести маркетинговые исследования по изучению регионального рынка антиаритмических средств. Какому этапу исследований он отдает предпочтение в первую очередь?

a. Анализ данных первичной информации

b. Сбор первичной информации

c. Сбор и анализ вторичной информации

d. Подготовка отчета

e. Сдача отчета

10. Сотруднику фармацевтической фирмы необходимо провести маркетинговые исследования методом анкетирования. Сроки проведения исследований ограничены. При составлении вопросов анкеты какому типу вопросов сотрудник отдаст предпочтение?

a. Вопросы пунктирной рейтинговой шкалы

b. Закрытым вопросам

c. Закрытым и открытым вопросам

d. Открытым вопросам

e. Вопросы шкалы оценок [графические]

11. Фармацевтическая фирма “Пфайзер” стремится предложить рынку наилучший качественный товар по высокой цене, которая должна покрыть издержки на научно-исследовательские разработки и производство высококачественной продукции. Несмотря на высокую цену, товар находит своих покупателей. Какие цели ценообразования ставит фирма?

a. Сохранение существующего положения

b. Обеспечение выживаемости фирмы

c. Завоевание лидерства по качеству продукции

d. Увеличение доли рынка

e. Увеличение ассортимента фирмы

12. Фармацевтическая фирма “Фармасвет” запатентовала и производит новый препарат гипогликемического действия. Сбыт товара фирма проводит непосредственно через собственные отделы сбыта, сбытовые филиалы, сеть фирменных аптек. Канал какого уровня характеризует сбытовую политику данной фармацевтической фирмы?

a. Трехуровневый

b. Четырехуровневый

c. Одноуровневый

d. двухуровневый

e. Нулевой

13. Для стимулирования сбыта и формирования спроса на изделия мед. назначения фармацевтическая фирма „Медтехника” использовала различные мероприятия. Одним из мероприятий, проводимых фирмой было распространение по почте листовок, буклетов, каталогов, фирмовых изданий. Назовите средство распространения рекламной информации,

которое использовала фирма?

- a. Реклама в прессе
- b. Внешняя реклама
- c. Прямая адресная реклама**
- d. Реклама на телевидении
- e. Сувенирная реклама

14. Фармацевтическая фирма "Адонис" продолжает выпускать слабительный препарат. Стадия жизненного цикла препарата, характеризующаяся снижением темпа роста продаж, стабилизацией прибыли, увеличением расходов на стимулирование сбыта называется:

- a. Насыщением
- b. Зрелость**
- c. Спадом
- d. Ростом
- e. Внедрение

15. Три учредителя создают хозяйственное общество по оптовой реализации лекарственных средств и изделий медицинского назначения. Каким будет данное общество?

- a. Государственным
- b. Унитарным
- c. Корпоративным**
- d. Коммунальным
- e. Индивидуальным

16. При регистрации субъекта хозяйствования в органы регистрации необходимо представить учредительные документы. Учредительными документами субъекта ведения хозяйства являются:

- a. Решение о его образовании, учредительный договор, устав**
- b. Коллективный договор
- c. Договор мены
- d. Договор купли-продажи
- e. Трудовой договор

17. Провизор по собственному желанию хочет расторгнуть бессрочный договор по причине перевода мужа в другую местность. В каком виде и в какой срок он должен предупредить заведующего аптекой

- a. В письменном виде за две недели**
- b. В письменном виде за один месяц
- c. В письменном виде за два дня
- d. В письменном виде за пять дней
- e. В письменном виде за одну неделю

18. Руководитель аптечного предприятия хочет улучшить работу. Процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей или целей организации называется:

- a. Прогнозированием
- b. Контролем
- c. Организацией
- d. Планированием
- e. Мотивацией**

19. Регулирование производственных, трудовых и социально-экономических отношений на аптечном предприятии между руководителем и трудовым коллективом осуществляется на основе:

- a. Корпоративного кодекса
- b. Трудового договора
- c. Коллективного договора**
- d. Контракта
- e. Устава

20. Аптека производит оптовые закупки средств санитарии и гигиены. Посредник работает по договору с производителем и ведет операции за его счет. Посреднику может быть предоставлено исключительное право сбыта товаров фирмы в определенных районах. Назовите этого посредника

- a. Дилер
- b. Оптовый агент**
- c. Комиссионер
- d. Консигнатор
- e. Брокер

21. На фармацевтическом рынке сложилась ситуация, когда существует только одна фирма, продающая определённый товар. Назовите вид конкурентной структуры рынка

- a. Рынок чистой монополии**
- b. Рынок монополистической конкуренции
- c. Рынок чистой монополии и олигополистический рынок
- d. Олигополистический рынок
- e. Рынок чистой свободной конкуренции

22. Фармацевтическая фирма "Адонис" для продвижения новой продукции пользуется рекламой, которая информирует покупателей о товаре, подчеркивает характерные его преимущества, характерные свойства и характеристики. Что это за вид рекламы?

- a. Прямая реклама
- b. Информационная реклама**
- c. Поддерживающая реклама
- d. Агрессивная реклама
- e. Непрямая реклама

23. Учредители желают открыть аптеку по розничной реализации лекарственных средств. Какой способ осуществления предпринимательской деятельности предусмотрен в этом случае:

- a. Свободный
- b. Нормативный
- c. Разрешительный**
- d. Ограниченный
- e. Явочно-нормативный

24. Фармацевтическая фирма решила расширить сферу своей деятельности. Процесс расширения деятельности фирмы за счет проникновения в новые сферы области называется:

- a. Интеграция
- b. Централизация
- c. Сегментирование
- d. Конгломерация
- e. Диверсификация**

25. Менеджер фармацевтической фирмы обратил внимание сотрудников на характеристики товаров. Одной из характеристик товара в реальном исполнении является

- a. Предоставление кредита
- b. Послепродажное обслуживание
- c. Гарантии
- d. Доставку
- e. Внешнее оформление**

26. Одним из важных шагов в развитии управленческой мысли было разделение всего процесса управления на основные функции: планирование, организация, мотивация и контроль. Кто был основателем этой теории:

- a. А.Файоль**
- b. Ф.Тейлор
- c. М.Фоллет

d. Е.Мейо
е. Д.Вартон

27. Угроза, что возникает при каких-либо формах деятельности, связанных с производством продукции, товаров, услуг, их реализацию, товарно-денежными и финансовыми операциями, коммерцией, осуществлением социально-экономических и научно-технических проектов. Что понимается под этим понятием?

- a. Материальный убыток
- b. Потеря времени
- c. Финансовые убытки
- d. Предпринимательский риск**
- e. Трудовой убыток

28. Учет кадров на фармацевтических предприятиях основывается на ведении трудовых книжек, личных дел сотрудников, учетных карточек Т.-2. Выберите показатель, который НЕВОЗМОЖНО определить по результатам учёта:

- a. Конъюнктура рынка труда**
- b. Среднесписочная численность
- c. Данные о движении кадров
- d. Категории персонала
- e. Среднесписочный состав

29. Тактика является одной из составляющих реализации стратегического плана. Какое из перечисленных определений тактики является верным?

- a. краткосрочная стратегия, которая согласовывается с общими долгосрочными планами**
- b. разработанный свод стандартов и критериев
- c.
- d. описывает способ действий в конкретной ситуации
- e. рассматривается как кодекс законов организации

30. Не официальный перевод прислан пользователями сайта.Заведующий аптекой "Благодея" приветствовал своего заместителя кивком головы. Какая коммуникация осуществилась?

- a. Организационная
- b. Неформальная
- c. Вербальная
- d. Невербальная**
- e. Формальная

31. В аптеке в течение месяца установлены для потребителей скидки на новые лекарственные средства фармацевтической фирмы "Дарница". К какой составляющей маркетинговых коммуникаций относятся эти мероприятия?

- a. Персональная продажа
- b. Реклама
- c. Стимулирование сбыта**
- d. Мерчандайзинг
- e. PR

32. Секретарь фирмы "Подснежник" должен зарегистрировать исходящий документ фирмы. Когда нужно это сделать?

- a. На второй день после подписания документа
- b. На 7 день после подписания документа
- c. Не регистрировать документ
- d. В день подписания документа**
- e. На 5 день после подписания документа

33. Секретарь фирмы регистрирует входной документ. Когда должен быть зарегистрированный входной документ?

- a. В день поступления**

- b. На третий день от момента поступления
- c. На 14 день от момента поступления
- d. На 7 день от момента поступления
- e. На второй день от момента поступления

34. Руководитель фармацевтического предприятия "Азалия" в своей работе использует различные виды контроля. Контроль, который осуществляется на входе в систему организации до начала работ и реализуется через правила, процедуры и т.п., относится к:

- a. Предварительному контролю**
- b. Завершающему контролю
- c. Централизованному контролю
- d. Децентрализованному контролю
- e. Текущему контролю

35. Какому из стилей управления присущи такие черты: высокая степень централизации полномочий и структуризации работы подчиненных; ограничение свободы подчиненных относительно принятия решений, ориентация на соблюдение подчиненными многочисленных правил и инструкций

- a. Авторитарный**
- b. Общий
- c. Непосредственный
- d. Либеральный
- e. Демократический

36. Способность лица поставить себя на место собеседника, учитывая его чувства, темперамент, особенности характера и т.п., называется:

- a. Энтропия
- b. Воспитанность
- c. Эмпатия**
- d. Владения собой
- e. Возбудимость

37. Процесс определения целей организации и их изменений, ресурсов для их достижения и политики, направленной на приобретение и использование этих ресурсов:

- a. Оптимизация производства
- b. Стратегическое планирование**
- c. Внутренняя координация
- d. Распределение ресурсов
- e. Распределение рынка

38. Процесс двустороннего обмена идеями, информацией, которая ведет к взаимопониманию:

- a. Коммуникации**
- b. Внутренняя координация
- c. Организация производства
- d. Рабочая группа
- e. "Круглый стол"

39. Повышение ответственности за эффективность и качество работы, с целью рационального использования кадров с учетом их профессионального мастерства, опыта и сложности работы проводится:

- a. Оптимизация производственного процесса
- b. Аттестация персонала**
- c. Внутренняя координация
- d. Распределение ресурсов
- e. Распределение обязанностей внутри аптеки

40. Выбор предмета покупки определяет врач, частичная или полная оплата купленного товара осуществляется страховой компанией или больничной кассой. Это признаки:

- a. Страховой медицины
- b. Распределения стоимости продукции
- c. Оптимизации оплаты продукции
- d. Фармацевтического рынка**
- e. Социального маркетинга

41. Совокупность факторов микросреды и макросреды, которые не поддаются контролю за пределами предприятия, и влияют на возможность управления предприятием службой маркетинга есть:

- a. Факторы социального маркетинга
- b. Особенности страховой медицины
- c. Маркетинговая среда предприятия**
- d. Маркетинговые коммуникации
- e. Внешнее влияние на предприятие

42. Запасы фармацевтических товаров, которые находятся на складах разного типа как внутрифирменных, так и логистических посредников называются:

- a. Оптовыми поставками
- b. "Товаром в дороге"
- c. Складскими запасами**
- d. Распределением запасов продукции
- e. Оптимизацией поставки продукции

43. Предприятие расширяет ассортимент продукции за счет внедрения в производство лекарственного средства, на который закончился срок действия патента. Такое лекарственное средство называется:

- a. Генерическое ЛС**
- b. Брендовое ЛС
- c. Таблетированное ЛС
- d. Инновационное ЛС
- e. Оригинальное ЛС

44. Предприятие-производитель фармацевтической продукции проводит контроль за хранением и транспортированием фирмами логистическими посредниками фармацевтической продукции. Такие мероприятия употребляются с целью:

- a. Внешнего аудита
- b. Проверкой лицензионных требований к оптовым посредникам
- c. Соблюдения требований GMP
- d. Соблюдение требований надлежащего хранения и транспортирования продукции**
- e. Получение лицензии фирмой посредником

45. При устройстве на работу заведующий аптеки знакомит провизора с должностной инструкцией. Такой вид коммуникаций называется:

- a. Восходящей
- b. Неформальной
- c. Невербальной
- d. Нисходящей**
- e. Внешней

46. Молодой специалист после окончания вуза устроился на работу в аптеку. Через четыре месяца работы он захотел пойти в отпуск. Какой продолжительности отпуск ему можно предоставить?

- a. 14 дней
- b. Отпуск можно предоставить только после 6 месяцев непрерывной работы
- c. 1 неделю
- d. 10 дней
- e. Пропорционально отработанному времени**

47. На фармацевтическом рынке наблюдаются сезонные колебания спроса на противопростудные лекарственные средства. Какой вид маркетинга характеризует такое состояние спроса?

- a. Конверсионный маркетинг
- b. Противодействующий маркетинг
- c. Ремаркетинг
- d. Развивающийся маркетинг

e. Синхромаркетинг

48. Отдел маркетинга фармацевтической фирмы провел исследования конъюнктуры рынка нейпропротекторов. Какую составляющую маркетинговой информационной системы представляет такая деятельность?

- a. Систему сбора внешней текущей информации
- b. Аналитическую систему маркетинга
- c. Систему управления маркетинговой деятельностью

d. Систему маркетинговых исследований

- e. Систему внутренней отчетности

49. Для анализа маркетинговых возможностей и прогнозирования своего места на рынке фармацевтическая фирма может воспользоваться матрицей Ансоффа. Какую маркетинговую возможность может использовать фирма, планирующая предложить новые продукты на новых рынках?

- a. Расширения границ рынка
- b. Глубокого проникновения на рынок

c. Диверсификации

- d. Развития лекарственных средств
- e. Интенсификации производства

50. Ряд региональных оптовых фирм с целью осуществления закупок ЛС у иностранных производителей создали временное уставное объединение. Как называется такое объединение?

- a. Корпорация
- b. Концерн

c. Консорциум

- d. Ассоциация
- e. Синдикат

51. Оптовая фармацевтическая фирма предлагает на рынке субстанции для изготовления лекарственных средств. Какой метод сбыта целесообразно при этом использовать?

- a. Интегрированный маркетинг

b. Селективное распределение

- c. Эксклюзивное распределение
- d. Интенсивное распределение
- e. Массовый маркетинг

52. Изучение состояния стратегических хозяйственных единиц (лекарственных средств) фармацевтической фирмы, которое предусматривает учет их рыночной доли и темпов роста рынка, проводится с помощью:

- a. Общей конкурентной матрицы Портера
- b. Матрицы Ансоффа

c. Матрицы Бостон Консалтинг Групп

- d. VEN-анализа
- e. XYZ-анализа

53. Фармацевтическая фирма-производитель устанавливает цену на лекарственное средство, учитывая его себестоимость и надбавку к себестоимости. К какой модели ценообразования относится этот метод?

- a. Модели безубыточности

b. Затратной модели

- c. Модели, которая основывается на рыночном спросе
- d. Конкурентной модели
- e. Модели, которая основывается на предложении

54. Совокупность организационных, распорядительных, дисциплинарных способов влияния руководящей системы на управляемую относится к таким методам менеджмента:

- a. Отраслевым
- b. Административным**
- c. Психологическим
- d. Технологическим
- e. Экономическим

55. Отдел маркетинга фармацевтического предприятия "Луга-фарм" строит свою деятельность по четырем основным направлениям маркетингамикс. Укажите элемент комплекса маркетинга:

- a. Панель
- b. Предложение
- c. Спрос

d. Продукт

- e. Бумага

56. Отдел маркетинга ОАО "Луганский химико-фармацевтический завод" составил матрицу с обобщенной оценкой сильных и слабых сторон, возможностей и угроз для предприятия. Данная матрица служит основой для:

- a. VEN-анализа
- b. ABC-анализа
- c. SWOT-анализа**
- d. ATC/DDD-анализа
- e. WWW-анализа

57. Фармацевтическая фирма "Аптека 36,6" разработала программу маркетинговой деятельности на целевом рынке и выбрала стратегию глубокого проникновения. Матрица развития товара/рынка связана с именем:

- a. Мак Кинси
- b. Герцберга
- c. Портера
- d. Тейлора
- e. Ансоффа**

58. Отдел маркетинга фармацевтического предприятия "Беладонна" распределил весь товарный ассортимент в зависимости от темпов роста рыночного спроса на отдельные товары и относительно доли рынка фирмы на четыре группы: "Звезды", "Трудные дети", "Дойные коровы", "Собаки". Отдел маркетинга использовал матрицу:

a. Бостонской Консалтинговой Группы

- b. Тейлора
- c. Герцберга
- d. Мак Кинси
- e. Портера

59. ОАО "Фарма Старт" (Украина) после окончания срока патентной защиты на оригинальный препарат с противоишемической активностью ПРЕДУКТАЛ® MR производства "Сервье" (Франция) наладило производство препарата Тридуктан МВ, который является биоэквивалентным оригинальному. Доступный по цене отечественный аналог относится к:

- a. Препаратам-блокбастерам
- b. -
- c. Инновационным препаратам
- d. Пост-оригинальным препаратам

е. Препаратам-генерикам

60. Компания "Novartis" представляет на мировом рынке оригинальный антигипертензивный препарат Diovan®, который находится под патентной защитой. Известная компания приложила немалых усилий в создании имиджа указанного товара. Данный препарат можно идентифицировать как:

- a. Генерический препарат
- b. Референтный препарат
- c. Комбинированный препарат

d. Бренд

- e. Пост-оригинальный препарат

61. ЗАО "Фармацевтическая фирма "Дарница" при создании товарных марок объединяет наименование лекарственного средства с названием предприятия, формируя широкий ассортимент предлагаемых рыночных лекарств: мазь Предникарб-Дарница, ампулы Анальгин-Дарница, таблетки Каптопрес-Дарница и др. Таким образом, фирма разрабатывает:

- a. Individual brand (индивидуальные марки)
- b. Range brand (ассортиментные марки)
- c. Pharmaceutical brand (фармацевтические марки)

d. Corporate brand (корпоративные товарные марки)

- e. Own-label brand (частные марки)

62. Директора фармацевтической фирмы "Helychrisum", которая специализируется на производстве галеновых препаратов, коллеги считают красивым организатором, достаточно жестким и требовательным к подчиненным. За последние годы предприятие стремительно наращивает объемы производства продукции, а руководитель лично формулирует задачи и контролирует результаты деятельности отдельных подразделов. Определите социально-психологический стиль руководства коллективом, присущий директору предприятия

- a. Либеральный
- b. Демократический

c. Директивный

- d. Делегирующий
- e. Анархический

63. Директор фармацевтической фирмы "Helychrisum", которая в последнее время вынуждена уменьшать объемы производства и сокращать товарный ассортимент, не только не проявляет организаторских способностей, но почти не интересуется и практически не регулирует деятельность предприятия. Определите социально-психологический стиль руководства коллективом, присущий директору предприятия

- a. Делегирующий
- b. Анархический
- c. Демократический
- d. Директивный

e. Либеральный

64. На оптовой фармацевтической фирме "Медфарм" введена система стимулирования работы менеджера, которая реализуется начислением бонусов за высокие показатели сбыта с последующим материальным поощрением. Таким образом, руководство фирмы использует функцию управления:

a. Мотивация

- b. Контроль
- c. Планирование
- d. Делегирование
- e. Организация

65. Заведующий аптекой передал свои полномочия по формированию ассортимента товаров, определению объемов, номенклатуры и сроков закупок лекарственных препаратов и изделий

медицинского назначения заместителю. Данное действие в теории менеджмента имеет название:

- a. Организация полномочий
- b. Уничтожение полномочий
- c. Планирование полномочий
- d. Контроль полномочий
- e. Делегирование полномочий**

66. Директор фармацевтической фирмы "Calendula" с целью снижения предпринимательского риска решил изъять часть прибыли и вложить деньги в ресторанный бизнес. Распределение усилий и капиталовложений между разными видами деятельности, результаты которых непосредственно не связаны, имеет название:

- a. Индексация
- b. Диверсификация**
- c. Банкротство
- d. Страхование
- e. Ликвидация

67. Фармацевтическая фирма "Fitoprom" с целью сохранения полного контроля за осуществлением торговых операций на региональном рынке свою сбытовую политику строит без применения посреднического звена. Метод сбыта, который исключает услуги посредников, имеет название:

- a. Смешанный
- b. Комбинированный
- c. Прямой**
- d. Опосредствованный
- e. Косвенный

68. Фармацевтическая фирма "Cum Deo", которая в последнее время стремительно наращивает объемы производства продукции, рассчитывая на сформированный спрос со стороны украинских потребителей, для организации сбыта товаров пользуется услугами предприятия-дилера. Метод сбыта, который предусматривает применение услуг посредника, имеет название:

- a. Прямой
- b. Косвенный**
- c. Непосредственный
- d. Комбинированный
- e. Многоканальный

69. Фармацевтическая компания "AstraZeneca" в рамках благотворительного проекта "Скажем вместе "НЕТ" астме!" открывает в детских больницах игровые комнаты, успешно реализует программу по борьбе с табакокурением среди молодежи, разрабатывает методические пособия для школьников по здоровому образу жизни. Продолжительные усилия компании, которые направлены на установление доброжелательных отношений с общественностью, в теории маркетинга, имеют название:

- a. Брендинг
- b. Мерчандайзинг
- c. Реклама
- d. Промоция
- e. Паблик рилейшнз**

70. Руководители фармацевтических организаций используют принципы и функции менеджмента для эффективного управления. Какое из приведенных определений наиболее полно характеризует понятие "менеджмент"?

- a. Процесс влияния на достижение целей фирмы
- b. Политика обеспечения принятия решений в организации
- c. Совокупность принципов, методов, средств и форм управления хозяйственными**

организациями с целью повышения эффективности их работы и увеличения прибыли в условиях рыночных отношений

- d. Концепция управления производственной и сбытовой деятельностью предприятия
- e. Нет верного ответа

71. Эффективность работы заведующего аптекой зависит от использования самоменеджмента. Из представленного выберите одну из составляющих самоменеджмента заведующего аптекой:

- a. Деловые контакты с государственными и контролирующими органами
- b. Обеспечение наличия ассортимента лекарственных средств в аптеке

c. Организация рабочего места

- d. Текущий контроль за работой провизоров аптеки
- e. Прием и увольнение сотрудников

72. Организационная форма объединения, при которой отдельная компания не имеет производственных предприятий, а владеет контрольным пакетом акций других предприятий, благодаря чему осуществляет контроль за их деятельностью. Такая компания называется:

a. Холдинг

- b. Синдикат
- c. Трест
- d. Картель
- e. Конгломерат

73. При проведении экспертизы ценности документов в аптеке все документы были разделены на группы по срокам хранения. Какой из перечисленных документов относится к документам постоянного хранения?

a. Протокол

- b. Докладная записка
- c. Акт
- d. Справка
- e. Распоряжение

74. У провизора аптеки возник ролевой конфликт, связанный с перегрузками на работе и семейными проблемами. Какой вид конфликта обусловлен тем, что к человеку выдвигаются противоречивые требования относительно его работы и ее последствий?

- a. Конфликт между личностью и группой
- b. Межгрупповой
- c. Между организациями

d. Внутриличностный

- e. Конфликт между отделами аптеки

75. Провизор аптеки уволен из-за несоответствия занимаемой должности. Укажите основания для увольнения, относящиеся к личности работника, но не вызванные его виной

- a. Профсоюзная принадлежность
- b. Верного ответа нет
- c. Рasseвая принадлежность
- d. Вероисповедание, религиозные взгляды

e. Состояние здоровья, препятствующее выполнению работы, при дополнительных условиях

76. Руководитель оптовой фармацевтической фирмы с целью эффективного мотивирования торгового персонала и установления вознаграждения использует современные теории мотивации. К какой группе теорий мотивации относятся те, в основе которых лежит анализ поведения людей с учетом их восприятия и познания?

- a. Первичные
- b. Содержательные

c. Процессуальные

- d. Вторичные
- e. Системные

77. При изучении спроса на лекарственные средства и товары медицинского назначения различают несколько его видов. Какому виду спроса соответствует ситуация, когда желания потребителей невозможно удовлетворить с помощью товаров и услуг, имеющих на рынке?

- a. Чрезмерный
- b. Нерациональный
- c. Отрицательный
- d. Нерегулярный

e. Скрытый

78. Фармацевтическая фирма производит лекарственные препараты, знает своих потребителей и имеет возможности поставки. Для какого типа сегмента характерна данная ситуация?

- a. Потенциальный рынок

b. Рыночная ниша

- c. Рыночное окно
- d. Рынок потребителя
- e. Товарный рынок

79. Аптечное предприятие предоставляет посетителям возможность измерения артериального давления. К какой группе товара можно отнести эти действия?

- a. Товар пассивного спроса

b. Услуга

- c. Товар кратковременного использования
- d. Товар повседневного спроса
- e. Товар особого спроса

80. Фармацевтическое предприятие сформировало целостный набор признаков, который содержит торговую марку, рациональное и эмоциональное восприятие потребителями фирменного стиля товаропроизводителя, товарной марки и самого товара, а также мероприятий по его продвижению на рынке. Какое понятие соответствует данному описанию?

- a. Штрих-код

b. Бренд

- c. Этикетка
- d. Упаковка
- e. Маркировка

81. Укажите, какой вид эластичности спроса бывает чаще всего на предметы санитарии и гигиены, ухода за больными, перевязочные средства.

a. Унитарный

- b. Абсолютно эластичный
- c. Абсолютно неэластичный
- d. Неэластичный
- e. Эластичный

82. На рынке медицинской техники операциями перепродажи занимаются ряд независимых посредников. К какой группе посредников относят лица или фирмы, которые специализируются на продаже товаров длительного использования, нуждающихся в значительном послепродажном сервисе?

- a. Брокер
- b. Консигнатор
- c. Агент

d. Дилер

- e. Комиссионер

83. Фармацевтическая компания для создания собственного положительного имиджа и своего товара участвует в региональных программах по здравоохранению, защите окружающей среды и др. К какому элементу маркетинговых коммуникаций относится данный вид деятельности?

а. Паблик рилейшнз (PR)

- b. Персональные продажи
- c. Стимулирование сбыта
- d. Прямой маркетинг
- e. Реклама

84. В рекламном ролике, который демонстрируют по телевидению, показано, как препарат против простуды эффективно излечивает молодого человека, и тот с радостью идет на долгожданное свидание. Укажите, на какие мотивы рассчитан данный рекламный ролик:

- a. Психологические
- b. Моральные
- c. Рациональные
- d. Нравственные

е. Эмоциональные

85. Для анализа маркетинговой деятельности и определения своего места на рынке фармацевтическая фирма должна оценивать свой потенциал: сильные и слабые стороны в деятельности самой организации (внутренние факторы) и возможности и угрозы со стороны внешней рыночной среды (внешние факторы)

- a. Матрица Ансоффа
- b. Матрица Портера
- c. ABC – анализ

d. SWOT - анализ

- e. „Бостон консалтинг групп”

86. В акционерном обществе по производству и реализации лекарственных препаратов создана структура для работы с разными организациями-потребителями. Данная организационная структура является:

- a. Департаментализацией
- b. Линейно-функциональной

c. Дивизиональной

- d. Матричной
- e. Бюрократической

87. Фармацевтическая фирма ориентируется в своей деятельности на реализацию широкого ассортимента продукции, разные группы потребителей и регионы. Какой тип организационной структуры характерен для данной фирмы?

- a. Функциональная
- b. Бюрократическая

c. Дивизиональная

- d. Централизованная
- e. Децентрализованная

88. Фармацевтическое предприятие с целью планирования своей деятельности анализирует затраты, определяет источники их покрытия, разрабатывает план обеспечения прибыльности и ликвидности. По какому направлению (разделу) бизнес-плана проводится сбор и анализ соответствующей информации?

- a. План производства продукции (выполнение работ, услуг)
- b. План маркетинга

c. Финансовый план

- d. Резюме бизнес-плана
- e.

89. На фармацевтическом предприятии комплексно используют технические и технологические средства использования информации с целью повышения эффективности управления производственной, административной деятельностью организации, повышения производительности работы, усовершенствования методов планирования и регулирования процессами управления. Все это осуществляется с применением:

а. Автоматизированной системы управления

- b. Автоматизированной наставительно-контролирующей системы
- c. Автоматизированной информационно-поисковой системы
- d. Информационно-управленческой системы
- e. Автоматизированного рабочего места

90. Специалистами отдела маркетинга фармацевтической фирмы, которая внедряет на рынок новый антидиабетический препарат, было проведенное анкетирование 230 врачей эндокринологов. Какой метод маркетинговых исследований использован?

- a. Наблюдение
- b. Панель
- c.

d. Опрос

- e. Эксперимент

91. Предприятие фармацевтического профиля, которое достигло высоких показателей объемов сбыта собственной продукции и признания покупателей получит максимальную прибыль на следующем этапе жизненного цикла товара:

а. Зрелости

- b. Роста
- c. Разработки
- d. Спада
- e. Внедрения на рынок

92. Фармацевтическая фирма с целью определения рыночной ниши для своего товара, его особенностей и характерных особенностей, которые отличают его от товаров-конкурентов использовала:

- a. Изменение маркетинговой стратегии фирмы
- b. Рекламу товара
- c. Сегментирование рынка
- d. Определение вместительности рынка

е. Позиционирование товара

93. Маркетолог фармацевтической фирмы, проводя маркетинговые исследования рынка витаминных препаратов по параметрам, которые включает терапевтическую эффективность, спрос и предложение, использует следующий метод:

- a. Графический метод
- b. Метод математической статистики

с. Метод экспертных оценок

- d. Метод копирования первичной медицинской документации
- e.

94. Маркетолог фармацевтической фирмы по розничной реализации лекарственных средств при анализе прайс-листов оптовых фирм, заводов-производителей к ключевого фактору выбора поставщика относит:

- a. Многофункциональность товара
- b. Объем предложения
- c. Экономическую конъюнктуру

d. Ассортиментно-ценовую характеристику продукции

- e. Качество постпродажного сервиса

95. Проведение маркетинговых исследований по отдельным фармацевтическим группам предусматривает сбор и анализ первичной информации, которая относится к следующему методу маркетинговых исследований:

- a. "кабинетные" исследования
- b. Исследование потребителей лекарственных средств
- c. Исследование сбытовой сети фармацевтического рынка

d. "полевые" исследования

е. Исследование рынка лекарственных средств

96. Заведующий-провизор в процессе принятия управленческого решения по усовершенствованию финансового положения центральной районной аптеки собрал релевантную информацию и установил симптомы затруднений - высокие затраты и низкая рентабельность. Данное действие характеризует этап разработки рационального управленческого решения как:

- а. Определение альтернатив
- б. Выбор альтернатив
- в. Формулирование ограничений и критериев принятия решений
- д. Диагностика проблемы**
- е. Оценка альтернатив

97. Оптово-посредническая фирма, которая сотрудничает с зарубежными партнерами, с целью достижения коммерческого успеха, проводит ряд мероприятий, которые оказывают содействие формированию собственного положительного имиджа. Какой вид профессиональной этики использует фирма?

- а. Фармацевтическая деонтология
- б. Фармацевтическая этика
- в. Этика бизнеса**
- д. Этика руководителя
- е. Этика подчиненного

98. У провизора аптеки Козменко И.В. возник трудовой спор с руководством аптеки по поводу переноса его ежегодного отпуска. Куда должен обратиться работник для обжалования решения администрации аптеки?

- а. В комиссию по трудовым спорам(КТС)**
- б. К руководству вышестоящих органов управления фармслужбой на областном уровне
- в. В арбитражный суд
- д. В МЗУ Украины
- е. В профсоюзный комитет

99. Рынок характеризуется такими условиями: наличием большого количества продавцов и покупателей, которые не влияют на уровень текущих цен; наличием однородных и взаимозаменяемых конкурирующих товаров; отсутствием ценовых ограничений. Укажите тип рынка:

- а.
- б. Рынок чистой конкуренции**
- в. Олигополистический рынок
- д. Рынок монополистической конкуренции
- е. Рынок чистой монополии

100. Из предложенных принципов сегментации рынка выберите принцип, который наиболее часто применяется при изучении рынка лекарственных средств:

- а. Социально-экономический
- б. Демографический**
- в. Психологический
- д. Поведенческий
- е. Психографический

101. Украинская фармацевтическая фирма организовала за границей дочернее предприятие. К какой форме организации международного бизнеса это относится:

- а. Прямой экспорт
- б. Производство лекарственных средств по контракту
- в. Общее предприятие
- д. Прямое владение**
- е. Лицензирование

102. График зависимости "цена - спрос" представлен горизонтальной линией. Укажите вид спроса?

- a. Абсолютно неэластичный
- b. Абсолютно эластичный**
- c. Неэластичный
- d. Эластичный
- e. Унитарный

103. Регулирование стимулов работы, которые побуждают к выполнению определенной работы, в теории управления называется функцией:

- a. Мотивации**
- b. Организации
- c. Координации
- d. Контроля
- e. Планирования

104. Какому варианту товарной стратегии присущ вывод на рынок товара, рассчитанного на наибольшие сегменты рынка и на наибольшее количество покупателей?

- a. Дифференцированный маркетинг
- b. Диверсификация
- c. Вариация
- d. Недифференцированный маркетинг**
- e. Концентрированный маркетинг

105. Какому понятию отвечает утверждение: "... - это сфера обмена, который характеризуется системой экономических отношений между производителями и потребителями товаров"

- a. Рынок**
- b. Сбыт
- c. Менеджмент
- d. Соглашение
- e. Маркетинг

106. Совокупность принципов, которые определяют правила поведения фармацевтических работников, - это?

- a. Этика**
- b. Этикет
- c. Культура
- d. Социальная ответственность
- e. Деонтология

107. Какой из препаратов-аналогов является наиболее конкурентоспособным, если в результате определения их коэффициентов конкурентоспособности получены такие результаты

- a. 2,0**
- b. 1,7
- c. 0,53
- d. 0,73
- e. 1,15

108. Какой тип канала товародвижения продукции медицинского назначения является кратчайшим?

- a. Двухуровневый
- b. Одноуровневый
- c. Четырехуровневый
- d. Трехуровневый
- e. Нулевой**

109. К какому виду документооборота относятся документы личного состава организации?

- a. Распорядительного
- b. Справочно-информационного
- c. Фармацевтического
- d. Научного

e. Управленческого

110. Какой среди приведенных групп лекарственных средств присущ "сезонный" вид жизненного цикла товара?

- a. Анаболические
- b. Антибластомные
- c. Антикоагулянты
- d. Антидиабетические

e. Противовирусные

111. Фармацевтическая фирма, желая укрепить свои рыночные позиции в условиях конкурентной среды, решает при осуществлении товарной политики использовать товарные марки. Для чего предназначена товарная марка?

- a. Все ответы верные
- b. Верного ответа нет
- c. Обеспечение лекарственных средствам необходимого качества
- d. Обоснование более высокой цены на лекарственное средство

e. Дифференцирование лекарственных средств на рынке среди лекарственных средств конкурентов

112. Фармацевтическое предприятие, учитывая что здравоохранение придает первоочередное значение качества лекарственных средств, направило свои усилия на улучшение качественных характеристик препарата. Какую концепцию управления маркетингом использует фирма?

- a. Правильного ответа нет

b. Усовершенствования товара

- c. Современного маркетинга
- d. Усовершенствования производства
- e. Все ответы верные

113. Региональный медицинский представитель иностранной фирмы для характеристики территориального фармацевтического рынка использует данные периодической печати и справочно-статистической литературы. Какой вид исследования рынка обосновывается на использовании указанных источников?

- a. Полевые исследования
- b. Все ответы правильные
- c. Правильного ответа нет

d. Кабинетные исследования

- e. Не относится к исследованиям

114. При формировании системы маркетинговых коммуникаций фирма должна учитывать характеристики любого из средств продвижения лекарственного средства на рынке. Какая из нижеприведенных характеристик присущий рекламе?

- a. Двухсторонняя коммуникация
- b. Немассовая коммуникация

c. Неличность (не личная коммуникация)

- d. Все ответы правильные
- e. Правильного ответа нет

115. Во время трудоустройства на работу на конкретную должность молодого специалиста знакомят с его правами и обязанностями. Каким документом регулируются права и обязанности аптечных работников?

- a. Кодексом законов о работе
- b. Внутренним трудовым распорядком

с. Должностной инструкцией

- d. Все ответы верные
- e. Верного ответа нет

116. Руководитель аптеки не соглашается с содержанием акта обследования аптеки. Какие действия руководителя являются правомерными в данной ситуации?

- a.
- b. Руководитель подписывает акт и направляет жалобу в высшую организацию**

- c. Руководитель подписывает акт, но письменно составляет возражение к акту
- d. Руководитель не подписывает акт
- e. Правильного ответа нет

117. Заведующий аптеки при принятии на работу провизора, заключил с ним трудовой договор и установил испытательный срок. Разрешается ли разрыв трудового договора во время испытательного срока?

- a. Разрешается, в порядке исключения
- b. Как правило, не разрешается
- c. Лишь после окончания испытательного срока
- d. Не разрешается

e. Разрешается

118. Коллективный договор заключается профсоюзным комитетом от лица трудового коллектива предприятия с собственником. Форма заключения коллективного договора - письменная. Какой срок действия коллективного договора?

- a. По согласию сторон
- b. Не регламентируется
- c. 2 года
- d. 3 года

e. 1 год

119. При заключении трудового договора установлены испытания с целью проверки соответствия работника порученной ему работе. Испытание не устанавливается при приеме на работу лиц, которые не достигли:

- a. 18 лет**
- b. 22 лет
- c. 21 года
- d. 19 лет
- e. 20 лет

120. Между провизором и заведующим аптекой возник трудовой спор согласно переносу срока отпуска. Провизор обратился в комиссию по трудовым спорам. В течение скольких дней рассматривается спор в комиссии по трудовым спорам от дня представления заявления?

a. 10 дней

- b. 3 дней
- c. 1 месяца
- d. 1 недели
- e. 5 дней

121. Фармацевтическая оптовая фирма для стимулирования сбыта товара представляет своим клиентам скидку на основе социальной договоренности и при условии их постоянности как клиентов. Определите вид скидки:

- a. Скидки за количество товара, которые покупают
- b. -
- c. Дилерская
- d. Сезонная

e. Бонусная

122. На фармацевтический рынок Украины поступило новое лекарственное средство. Известно,

что торговля им убыточна: низкий объем продаж, большие маркетинговые расходы. В какой фазе жизненного цикла находится данное лекарственное средство:

- a. Зрелость
- b. Рост
- c. Внедрение**
- d. Насыщение
- e. Спад

123. Для изучения рынка потребителей лекарственных препаратов антигистаминного действия фирма приняла решение в проведении маркетинговых исследований. Укажите какой этап исследований является первоочередным:

- a. Составление отчета
- b. Определение проблемы и формирование целей исследования**
- c. Разработка плана сбора первичной информации
- d. Сбор и анализ вторичной информации
- e. Сбор и анализ первичной информации

124. Для проведения маркетинговых исследований по изучению рынка потребителей препаратов желчегонного действия изучаемого региона фирма определила проблему и сформулировала цели исследования. К какому этапу исследования ей необходимо приступить далее:

- a. Составление отчета
- b. Сбор и анализ вторичной информации**
- c. Сбор первичной информации
- d. Разработка плана сбора первичной информации
- e. Анализ первичной информации

125. Фармацевтическая фирма при разработке рекламной стратегии продвижения безрецептурного лекарства предусматривает определение целевой аудитории. Какая из названных видов рекламы предопределяет высочайшую избирательность аудитории потребителей:

- a. Реклама на ТВ
- b. Реклама на месте продажи**
- c. Реклама на транспорте
- d. Реклама на радио
- e. Реклама в печатных изданиях

126. При анализе показателей реализации лекарственного препарата наблюдается расширение рынка, абсолютный рост запасов препарата у производителя, снижение темпов роста продаж, интенсивная конкуренция. На каком этапе жизненного цикла товара находится лекарственный препарат:

- a. Рост
- b. Внедрение
- c. Зрелость**
- d. Разработка
- e.

127. Службой маркетинга осуществлена проверка результатов работы фармацевтической фирмы на основании изучения данных реализации среднесрочных планов, развития рыночных сегментов, контроль бюджета и финансовый анализ. Данный уровень маркетингового контроля:

- a. Контроль глобальных целей и стратегий фирм
- b. Контроль стратегического планирования
- c. Контроль оперативного планирования
- d. Контроль тактического планирования**
- e. Контроль плановых гипотез и прогнозов

128. На сегодняшнее время в теории менеджмента выделяют четыре важнейших подхода к

управлению. Укажите подход, который не используется в теории менеджмента

- a. Процессный
- b. Ситуационный
- c. Подход с позиции выделения разных школ
- d. Структурный**
- e. Системный

129. Заведующий аптечным предприятием с целью уточнения условий поставки лекарственных препаратов звонит по телефону менеджеру оптовой фармацевтической фирмы. К какому типу относятся данные коммуникации:

- a. Внутренние
- b. Межуровневые
- c. Горизонтальные
- d. Внешние**
- e. Вертикальные

130. Провизор аптечного предприятия освободился по собственному желанию и приступил к работе менеджером оптовой фармацевтической фирмы. К какому виду относится такое движение кадров?

- a. Повышение на должности
- b. Ротация кадров
- c. Текучесть кадров**
- d. Вербовка кадров
- e. Повышение квалификации

131. Известная фармацевтическая фирма на лицензионной основе передает право использовать свой товарный знак небольшому предприятию. Укажите название этого действия:

- a. Мерчандайзинг
- b. Комплектование
- c. Эксперимент
- d. Франчайзинг**
- e. Сертификация

132. Одним из первых этапов предпринимательской деятельности есть регистрация предприятия в органах власти. Какие из перечисленных ниже документов не нужно подавать в местные органы власти для государственной регистрации предприятия?

- a. Регистрационную карточку
- b. Документ, который подтверждает уплату собственником взноса в уставный фонд
- c. Учредительные документы
- d. Карточку с образцами подписей директора и главного бухгалтера**
- e. Платежный документ, который свидетельствует об уплате регистрационного сбора

133. Фармацевтическое предприятие после регистрации должно открыть счет в банке. Какой из перечисленных ниже документов не является основанием для открытия счета в банке предприятием-юридическим лицом?

- a. Карточка с образцами подписей лиц, которые будут подписывать и распоряжаться финансовыми документами
- b. Копия учредительного договора**
- c. Заявление на открытие счета, подписанное руководителем и главным бухгалтером
- d. Свидетельство о государственной регистрации
- e. Копия документа, который подтверждает взятие предприятия на налоговый учет

134. Деятельность руководителя связана с принятием управленческих решений, которые направлены на достижение целей организации. Какие из приведенных решений не относятся к таким, которые классифицируют по способу обоснования?

- a. Рациональные
- b. Верного ответа нет

- c. Интуитивные
- d. Решения, которые базируются на выводах

e. Стандартные

135. По инициативе фирмы- производителя вносятся изменения в аннотацию препарата с целью ограничения его использования. Какой вид маркетинга использует фирма в данном случае?

- a. Конверсионный маркетинг
- b. Синхромаркетинг
- c. Стимулирующий маркетинг

d. Противодействующий маркетинг

- e. Ремаркетинг

136. Фирма осуществляет анализ маркетингового "портфеля" на основе матрицы "Бостон консалтинг групп". Какая приоритетная маркетинговая стратегия может быть использована фирмой для лекарственного средства, которое находится в ранге "Дойная корова"?

- a. Лекарственное средство с высокой долей рынка или такой, которая интенсивно возрастает, требует значительных средств для финансирования роста, приносит прибыль или имеет потенциал значительных прибылей
- b. Все ответы правильные
- c. Лекарственное средство с низкой долей на рынках, которые медленно развиваются
- d. Лекарственное средство с низкой рыночной долей на рынках, которые быстро развиваются

e. Лекарственное средство занимает позицию стабильного лидера на довольно зрелом рынке

137. При разработке нового лекарственного средства фирма-производитель может ориентироваться на разные стратегии использования товарных марок. Какое название имеет стратегия, при которой фирма использует одно название для всех своих препаратов?

- a. Объединение фирменного имени с индивидуальной маркой препарата
- b. Многомарочного подхода
- c. Индивидуальных марок
- d. Марок для отдельных препаратов

e. Групповых марок

138. Потребители с доверием воспринимают новые безрецептурные лекарственные средства, если они появляются на рынке под хорошо известной товарной маркой. Какое значение имеет цена препарата для потребителя, если существует стойкая благосклонность к марке?

- a. Верного ответа нет

b. Цена не имеет решающего значения

- c. Потребитель обращает внимание на цену, если на рынке появился биологически эквивалентный препарат другого известного производителя
- d. Потребитель прежде всего обращает внимание на цену
- e. Все ответы верные

139. С целью полного охвата разных рынков фирма "Лубныфарм" часть своей продукции реализовывает через фирменные аптеки, другую часть - через дистрибьюторов и третью - через аптеки других собственников. Какие маркетинговые системы распределения использует данная фирма:

a. Многоканальные маркетинговые системы

- b. Корпоративные маркетинговые системы
- c. Управляемые маркетинговые системы
- d. Договорные маркетинговые системы
- e. Горизонтальные маркетинговые системы

140. Рекламную деятельность в области фармации контролирует и регламентирует государство, в частности Закон Украины "О рекламе". Какие сведения не запрещено размещать в рекламе о лекарственных средствах?

- a. Сведения о том, что лекарственное средство является продуктом питания, косметическим или другим продуктом для употребления

- б. Информацию о том, что косметические средства, пищевые продукты, витаминные или другие пищевые примеси имеют лечебные свойства, если наличие таких свойств не доказаны по установленному порядку
- с. Сведения, которые могут создать впечатление, что при условии употребления лекарственного средства медицинская консультация с специалистом не является необходимой
- д. Информацию о том, что лечебный эффект от приема лекарственного средства является абсолютно гарантированным

е. Информацию относительно использования или применения безрецептурных лекарственных средств

141. Одной из важных характеристик рынка есть товарная конъюнктура. Для какого вида товарной конъюнктуры характерны относительная стойкость высоких цен и наибольшая активность потребителей и поставщиков?

- а. Затихающей конъюнктуры
- б. Вялой конъюнктуры
- с. Низкой конъюнктуры
- д. Высокой (стабильной) конъюнктуры**
- е. Ниспадающей конъюнктуры

142. Провизор после окончания вуза приступил к работе в отделе сбыта оптовой фармацевтической фирмы. Какие основные задачи этого функционального подразделения субъекта хозяйствования?

- а. Ним решаются задачи, у кого закупить и как реализовать лекарственные средства
- б. Он решает задачи, какое лекарство и на каких условиях закупить
- с. Ним решаются задачи, у кого, на каких условиях и если закупить лекарственные средства
- д. Он решает задачи, какое лекарство закупить, сколько закупить и чем заинтересовать возможного покупателя
- е. Он решает задачи кому, сколько и на каких условиях реализовать лекарственные средства**

143. Предприятие-производитель планирует реализовывать новое лекарственное средство через фирменные аптеки. Какая стратегия распределения лекарственных средств будет задействована?

- а. Вертикальной интеграции
- б. Прямая**
- с. Гибкая
- д. Эшелованная
- е. Горизонтальной интеграции

144. Фармацевтическая фирма планирует предложить новые лекарственные средства на существующем рынке. Какой маркетинговой возможностью воспользуется фирма?

- а. Диверсификации производства
- б. Интеграции производства
- с. Глубокого проникновения на рынок
- д. Расширение границ рынка
- е. Развития ассортимента лекарственных средств**

145. Спрос на лекарственные средства зависит от многих факторов. Какой из факторов не влияет на эластичность спроса?

- а. Объем сбыта лекарственных средств**
- б. Важность лекарства для потребителя
- с. Период для принятия решения относительно приобретения препарата
- д. Удельный вес препарата в доходе потребителя
- е. Взаимозаменяемость препарата

146. Коммуникации - это процесс обмена информацией. Коммуникации между отделами и подразделениями организации это:

- а. Неформальные организационные коммуникации

b. Внешние организационные коммуникации

c. Внутренние горизонтальные организационные коммуникации

d. Внутренние вертикальные организационные коммуникации

e. Межуровневые коммуникации

147. В организации определенным образом распределяется работа. Как называется разделение труда, который предусматривает создание уровней управления и иерархию подчиненности?

a. Вертикально-горизонтальное разделение труда

b. Горизонтальное разделение труда

c. Вертикальное разделение труда

d. Диагональное разделение труда

e. -

148. При утверждении правил внутреннего трудового распорядка, на начальном этапе создания аптечного предприятия стоит вопрос в длительности перерыва предоставляемого работникам в течение рабочего дня. Какой должна быть продолжительность перерыва согласно КЗоТ Украины?

a. Не менее 3 часов

b. Не более 1 часа

c. Не более 2 часов

d. 2,5 часа

e. -

149. В теории менеджмента процесс контроля, независимо от его вида, подразделяется на три этапа. Какое из представленных утверждений не относится к этапам процесса контроля?

a. Изменение стандартов и корректировка действий

b.

c. Сравнение результатов со стандартами и выявление отклонений

d. Разработка стандартов и критериев

e. Выбор метода контроля

150. В основе концепции социально-этического маркетинга лежит сбалансирование трех факторов. Какой из перечисленных факторов не относится к указанным?

a. Все ответы верны

b. Материально-техническая база

c. Предприятие (прибыль)

d. Покупатели (удовлетворение потребностей)

e. Общество (благополучие людей)

151. Производитель лекарственных средств формирует систему распределения продукции. При этом он ориентируется на максимальное привлечение сети посредников. Какой вид сбыта выбирает производитель

a.

b. Интенсивный

c. Эксклюзивный

d. Селективный

e. Смешанный

152. Известное крупное предприятие на лицензионной основе предоставляет право использовать свой товарный знак и соответствующую технологию небольшому самостоятельному предприятию, которое использует авторитет и доверие потребителей известной марки. Как называется указанная концепция?

a. Франчайзинг

b. Использование марки дилера

c. Использование марки производителя

d. Использование товарного знака

e. Мерчандайзинг

153. Путь от производителя к конечному потребителю лекарственное средство проходит по схеме: производитель --> оптовая фирма --> аптека --> конечный потребитель. Определите уровень канала сбыта

- a. Трехуровневый канал
- b. Одноуровневый канал
- c. Двухуровневый канал**
- d. Канал нулевого уровня
- e. Четырехуровневый канал

154. Какому понятию отвечает данное утверждение: "...- это определение характерных особенностей товара, которые отличают данный товар от аналогичных товаров-конкурентов"?

- a. Спрос на товар
- b. Потребительская ценность товара
- c. Ассортимент товара
- d. Качество товара
- e. позиционирование товара**

155. В аптеке существуют руководители высшего, среднего и низового звена. При этом равное управление получается за счет:

- a. Шахматного разделения труда
- b. Вертикального разделения труда**
- c. Вертикально-горизонтального разделения труда
- d. Горизонтального разделения труда
- e. Диагонального разделения труда

156. В управлении фармацевтической фирмой используются американский и японский подходы. Выберите характерный признак японской модели управления:

- a. Краткосрочная занятость
- b. Коллективная ответственность**
- c. Быстрая оценка и продвижение по должности
- d. Индивидуальный процесс принятия решений
- e. Четко формализованная структура управления

157. В управлении фармацевтической фирмой используются американский и японский подходы. Выберите характерный признак американской модели управления:

- a. Медленное продвижение по должности
- b. Повышенное внимание к "человеческому фактору"
- c. Групповые формы контроля
- d. Коллективная ответственность
- e. Быстрая оценка и продвижение по должности**

158. Препарат А находится на стадии насыщения. С целью повышения интенсивности продажи руководство фирмы-производителя решило использовать следующий вид рекламы:

- a. Агрессивную**
- b. Персональную продажу
- c. Паблик рилейшнз
- d. Стимулирование продажи
- e. Информационную

159. В теории маркетинга сформулированы конкретные принципы в форме обращения к производителю или реализатору. Принцип "в гостях хорошо, а дома лучше: ищи собственную рыночную нишу - дом для своих товаров" означает:

- a. Выход на сегменты рынка с наибольшей конкуренцией
- b. Развитие системы продвижения товаров
- c. Ориентация деятельности на те сегменты, где предприятие имеет лучшие потенциальные возможности
- d. Необходимость проведения инновационной деятельности, развития творческого подхода к хозяйственным проблемам

е. Разделение рынка на относительно однородные группы потребителей

160. Фармацевтическое предприятие планирует выход на рынок нового лекарственного средства. Основной целью при ценообразовании фирма определяет формирование имиджа и быстрое получение прибыли. Какую стратегию ценообразования использует фирма:

- а. Стратегию проникновения
- б. Стратегию дифференциации цен
- с.

д. Стратегию "снятия сливок"

- е. Стратегия следования за лидером

161. Фармацевтическая фирма вынуждена воссоздавать имидж вследствие распространения фирмой-конкурентом отрицательной информации. Какие средства маркетинговых коммуникаций должна использовать фирма:

- а. Мерчандайзинг

б. "паблик рилейшенз"

- с. Реклама
- д. Стимулирование сбыта
- е. Проведение презентаций

162. Фармацевтическая фирма использует для продвижения рекламу на телевидении, радио, в периодических изданиях. Каким образом может быть определена эффективность проведенных рекламных мероприятий:

а. Сопоставлением затрат на рекламу и прироста объема продаж

- б. Эффективность оценить невозможно
- с.
- д. Анализом интенсивного сбыта
- е. Анализом потребительских преимуществ

163. Маркетолог-специалист проводит исследование фармацевтического рынка. Пользуясь данными периодической литературы он рассчитывает возможную емкость рынка, определяет уровень заболеваемости и возможный спрос на препарат учитывая статистические справки. Какой вид маркетинговых исследований использует маркетолог:

- а. Опрос

б. Кабинетные исследования

- с. Наблюдение
- д. Полевые исследования
- е. Панельные исследования

164. Лекарственный препарат на матрице "Бостон консалтинг групп" относится к группе товаров под общим названием "дойные коровы". На какой стадии жизненного цикла он находится:

- а. Выхода из рынка

б. Зрелости

- с. Спадание
- д. Внедрение на рынок
- е. Возрастание

165. Фармацевтическая фирма провела сегментирование регионального рынка антигистаминных препаратов по возрастному признаку. Она установила, что лекарственные средства для детей отсутствуют. Фирма будет рассматривать данный сегмент как:

- а. Сегмент, который требует дальнейших исследований
- б. Рыночную дверь
- с. Сегмент, не привлекательный для фирмы
- д. Рыночную долю

е. Рыночную нишу

166. Производственная фармацевтическая фирма "Элема" создала свое фирменное аптечное

учреждение. В данном случае она использует канал распределения:

- a. Четвертого уровня
- b. Нулевого уровня**
- c. Второго уровня
- d. Первого уровня
- e. Третьего уровня

167. Эффективность деятельности фармацевтической фирмы постепенно улучшилась благодаря положительным изменениям во внешней среде. Укажите фактор, который повлиял на организацию:

- a. Состояние экономики**
- b. Технология
- c. Структура
- d. Цель
- e. Кадры

168. Провизору было выдано заработное жалование в повышенном размере с учетом работы в ночное время. За работу в какой именно время была осуществленная доплата:

- a. С 21.00 ч. до 9.00 ч
- b. С 22.00 ч. до 6.00 ч**
- c. С 24.00 ч. до 8.00 ч
- d. С 23.00 ч. до 7.00 ч
- e. С 20.00 ч. до 9.00 ч

169. На сборах заведующей аптекой, которые состоялись в ЦРА № 8, обсуждались новые правила отпуска некоторых лекарственных препаратов. Коммуникации между отделами и подразделениями организации - это:

- a. Межуровневые коммуникации
- b. Внутренние горизонтальные организационные коммуникации**
- c. Неформальные организационные коммуникации
- d. Внешние организационные коммуникации
- e. Внутренние вертикальные организационные коммуникации

170. Специалистами отдела маркетинга фармацевтической фирмы, которая внедряет на рынок новый антидиабетический препарат, было проведено анкетирование 230 врачей эндокринологов. Какой метод маркетинговых исследований использован?

- a. Опрос**
- b. Эксперимент
- c. Тестирование
- d. Панель
- e. Наблюдение

171. Заведующий-провизор в процессе принятия управленческого решения по совершенствованию хозяйственно-финансового положения центральной районной аптеки собрал релевантную информацию и установил симптомы затруднений - высокие затраты и низкая рентабельность. Данное действие характеризует этап разработки рационального управленческого решения:

- a. Оценка альтернатив
- b. Определение альтернатив
- c. Диагностика проблемы**
- d. Выбор альтернатив
- e. Формулирование ограничений принятия решений

172. Какой тип рынка характеризуется такими условиями: наличием большого количества продавцов и покупателей, которые не влияют на уровень текущих цен; наличием однородных и взаимозаменяемых конкурирующих товаров; отсутствием ценовых ограничений:

- a. Рынок монополистической конкуренции
- b. Рынок чистой монополии**

с. Рынок с плановым регулированием

d. Рынок чистой конкуренции

е. Олигополистический рынок

173. Регулирование стимулов работы, которые побуждают к выполнению определенной работы, в теории управления называется функцией:

а. Поощрения

b. Мотивации

с. Организации

d. Планирования

е. Контроля

174. Предприятие фармацевтического профиля, которое достигло высоких показателей объемов сбыта собственной продукции и признание покупателей получит максимальную прибыль на следующем этапе жизненного цикла:

а. Этапе роста

b. Этапе внедрения на рынок

с. Этапе зрелости

d. Этапе спада

е. Этапе испытания

175. Устанавливается ли испытательный срок при принятии на работу лиц, которые не достигли 18 лет?

а. Устанавливается только с согласия родителей

b. Устанавливается на 1 год

с. Устанавливается на 6 месяцев

d. Не устанавливается

е. Устанавливается на 1 месяц

176. Аптека № 121 подает документы для получения лицензии на внедрение определенных видов хозяйственной деятельности. Назовите орган лицензирования хозяйственной деятельности по производству лекарственных средств, оптовой, розничной торговли лекарственными средствами?

а. Государственная акционерная компания "Лекарство Украины"

b. Государственная служба лекарственных средств и изделий медицинского назначения

с. Научно - экспертный фармакологический центр

d. Государственный фармакологический центр

е. Государственная инспекция по контролю за качеством лекарственных средств

177. Сотрудник фармацевтической фирмы получил задание провести маркетинговые исследования по изучению регионального рынка антиаритмических средств. Какому этапу исследований он отдает предпочтение в первую очередь?

a. Сбор и анализ вторичной информации

b. Анализ данных первичной информации

с. Сдача отчета

d. Подготовка отчета

е. Сбор первичной информации

178. Сотруднику фармацевтической фирмы необходимо провести маркетинговые исследования методом анкетирования. Сроки проведения исследований ограничены. При составлении вопросов анкеты какому типу вопросов сотрудник отдаст предпочтение?

а. Открытым вопросам

b. Вопросы шкалы оценок [графические]

с. Вопросы пунктирной рейтинговой шкалы

d. Закрытым вопросам

е. Закрытым и открытым вопросам

179. Фармацевтическая фирма "Пфайзер" стремится предложить рынку наилучший

качественный товар по высокой цене, которая должна покрыть издержки на научно-исследовательские разработки и производство высококачественной продукции. Несмотря на высокую цену, товар находит своих покупателей. Какие цели ценообразования ставит фирма?

- a. Сохранение существующего положения
- b. Обеспечение выживаемости фирмы
- c. Завоевание лидерства по качеству продукции**
- d. Увеличение доли рынка
- e. Увеличение ассортимента фирмы

180. Фармацевтическая фирма "Фармасвет" запатентовала и производит новый препарат гипогликемического действия. Сбыт товара фирма проводит непосредственно через собственные отделы сбыта, сбытовые филиалы, сеть фирменных аптек. Канал какого уровня характеризует сбытовую политику данной фармацевтической фирмы?

- a. Двухуровневый
- b. Одноуровневый
- c. Нулевой**
- d. Трехуровневый
- e. Четырехуровневый

181. Для стимулирования сбыта и формирования спроса на изделия мед. назначения фармацевтическая фирма "Медтехника" использовала различные мероприятия. Одним из мероприятий, проводимых фирмой было распространение по почте листовок, буклетов, каталогов, фирмовых изданий. Назовите средство распространения рекламной информации, которое использовала фирма?

- a. Внешняя реклама
- b. Реклама на телевидении
- c. Сувенирная реклама
- d. Прямая адресная реклама**
- e. Реклама в прессе

182. Фармацевтическая фирма "Адонис" продолжает выпускать слабительный препарат Стадия жизненного цикла препарата, характеризующаяся снижением темпа роста продаж, стабилизацией прибыли, увеличением расходов на стимулирование сбыта называется:

- a. Зрелость**
- b. Спад
- c. Насыщение
- d. Внедрение
- e. Рост

183. Фармацевтическая фирма "Белладонна" использует услуги посредника, который работает с фирмой по определенному соглашению и осуществляет операции за ее счет, при этом ему предоставлено исключительное право сбыта товаров фирмы в отдельных регионах. Этот посредник:

- a. Дилер
- b. Оптовый агент**
- c. Комиссионер
- d. Консигнатор
- e. Брокер

184. Фармацевтические работники решили организовать хозяйственное общество. Укажите, в чем сущность общества с ограниченной ответственностью?

- a. Общество, участники которого несут ответственность по долгам в границах своих взносов**
- b. Общество, участники которого несут дополнительную солидарную ответственность за обязательство общества всем своим имуществом
- c. Общество, участники которого несут полную ответственность
- d. Общество, участники которого несут дополнительную солидарную ответственность всем

своим имуществом, а вкладчики - лишь в границах вклада

е. Общество, участники которого несут ответственность в границах своих взносов, а при недостаточности этих сумм надлежащим им имуществом в одинаковом для всех участников размере

185. При организации акционерного общества между основателями возникла дискуссия относительно материальной ответственности. Какая, по Вашему мнению, материальная ответственность у членов акционерного общества?

а. В границах двойной суммы вкладов

б. В границах вкладов

с. Неограниченная и солидарная

d. В границах надлежащих им акций

е. Взносами в уставный фонд и надлежащим им имуществом

186. Заведующий аптеки для влияния на коллектив работников и отдельных исполнителей решил использовать разные методы менеджмента. Какие из них принадлежат к социально-психологическим методам менеджмента?

а.

б. План улучшения условий работы на фармацевтическом предприятии

с. Процесс начисления заработной платы работникам отдела сбыта

d. Материальные стимулы, которые базируются на использовании должностных окладов, доплат, надбавок, премий и т.п

е. Процесс распределения полномочий между руководителями технического уровня управления

187. Отделом маркетинга фирмы-производителя установлен отрицательный спрос на товар. Каким будет задача относительно управления маркетингом и его вид?

а. Стимулирование спроса, стимулирующий маркетинг

б. Формирование спроса, конверсионный маркетинг

с. Повышение спроса, ремаркетинг

d. Выравнивание спроса, синхромаркетинг

е. Снижение спроса, демаркетинг

188. По результатам аттестации на определение знаний и практических навыков работнику отказано в присвоении звания "провизор общего профиля". Может ли данное лицо занимать должность провизора?

а. Может при дополнительных условиях

б. Ее переводят на работу в другую организацию

с.

d. Не может

е. Ее, без согласия, трудоустраивают на должность фармацевта

189. Популярнейшей и широко используемой составной системы маркетинговых коммуникаций является реклама. Что не должна содержать реклама лекарственных средств?

а. Общие предостережения относительно применения лекарственных средств и изделий медицинского назначения

б. Рекомендацию относительно обязательного ознакомления с инструкцией к применению, которая прибавляется к лекарственным средствам

с. Объективную информацию о лекарственном средстве, представленную так, чтобы было понятно, что приведенное сообщение является рекламой лекарственного средства

d. Полное фармакологическое название лекарственного средства и название производителя

е. Данные о том, что эффект от употребления лекарственного средства является гарантированным

190. Фармацевтический рынок делится на потребительский рынок и рынок организаций-потребителей. Из каких субъектов формируется потребительский рынок?

а. Лиц, которые покупают лекарственные средства для продажи

б. Предприятий, которые закупают лекарственные средства для их дальнейшей реализации

потребителям

с. Из отдельных лиц или семей, которые покупают лекарственные средства для удовлетворения личных потребностей

d. Отдельных лиц, которые покупают продукты промышленного назначения

e. Предприятий-производителей готовой продукции

191. Новообразована рыночная структура, при которой орган управления - сборы собственников, паевой взнос может быть как финансовый, так и материальный, а ответственность осуществляется в границах вложенного взноса. Какое название имеет данная структура?

a. Общество с неограниченной ответственностью

b. Коммандитное общество

с. Общество с ограниченной ответственностью

d. Акционерное общество закрытого типа

e. Акционерное общество открытого типа

192. Процесс принятия управленческого решения осуществляется поэтапно. Что из данных утверждений относится к одному из этапов процесса принятия управленческого решения?

a. Применение теории ожиданий

b. Делегирование полномочий

c. Управление неформальной группой

d. Контролирование и регулирование

e. Выявление и оценка альтернатив решения проблемы

193. Предприятие-производитель планирует продавать новое лекарственное средство через оптовые фармацевтические фирмы. Какой вид канала распределения планируется использовать?

a. Двухуровневый канал

b. Канал прямого маркетинга

c. -

d. Трехуровневый канал

e. Одноуровневый канал

194. Три учредителя создают хозяйственное общество по оптовой реализации лекарственных средств и изделий медицинского назначения. Каким будет данное общество?

a. Унитарным

b. Коммунальным

c. Индивидуальным

d. Корпоративным

e. Государственным

195. При регистрации субъекта хозяйствования в органы регистрации необходимо представить учредительные документы. Учредительными документами субъекта ведения хозяйства являются:

a. Договор мены

b. Решение об его образовании, учредительный договор, устав

c. Коллективный договор

d. Трудовой договор

e. Договор купли-продажи

196. Провизор по собственному желанию хочет расторгнуть бессрочный договор по причине перевода мужа в другую местность. В каком виде и в какой срок он должен предупредить заведующего аптекой

a. В письменном виде за два дня

b. В письменном виде за две недели

c. В письменном виде за один месяц

d. В письменном виде за одну неделю

e. В письменном виде за пять дней

197. Руководитель аптечного предприятия хочет улучшить работу. Процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей или целей организации называется:

- a. Организацией
- b. Прогнозированием
- c. Контролем
- d. Мотивацией**
- e. Планированием

198. Регулирование производственных, трудовых и социально-экономических отношений на аптечном предприятии между руководителем и трудовым коллективом осуществляется на основе:

- a. Трудового договора
- b. Контракта
- c. Устава
- d. Коллективного договора**
- e. Корпоративного кодекса

199. Аптека производит оптовые закупки средств санитарии и гигиены. Посредник работает по договору с производителем и ведет операции за его счет. Посреднику может быть предоставлено исключительное право сбыта товаров фирмы в определенных районах. Назовите этого посредника

- a. Оптовый агент**
- b. Комиссионер
- c. Дилер
- d. Брокер
- e. Консигнатор

200. На фармацевтическом рынке сложилась ситуация, когда существует только одна фирма, продающая определенный товар. Назовите вид конкурентной структуры рынка

- a. Рынок монополистической конкуренции
- b. Рынок чистой свободной конкуренции
- c. Рынок чистой монополии**
- d. Олигополистический рынок
- e. Рынок чистой монополии и олигополистический рынок

201. Фармацевтическая фирма "Адонис" для продвижения новой продукции пользуется рекламой, которая информирует покупателей о товаре, подчеркивает характерные его преимущества, характерные свойства и характеристики. Что это за вид рекламы?

- a. Непрямая реклама
- b. Прямая реклама
- c. Агрессивная реклама
- d. Поддерживающая реклама
- e. Информационная реклама**

202. Учредители желают открыть аптеку по розничной реализации лекарственных средств. Какой способ осуществления предпринимательской деятельности предусмотрен в этом случае:

- a. Разрешительный**
- b. Свободный
- c. Явочно-нормативный
- d. Ограниченный
- e. Нормативный

203. Фармацевтическая фирма решила расширить сферу своей деятельности. Процесс расширения деятельности фирмы за счет проникновения в новые сферы области называется:

- a. Сегментирование
- b. Интеграция
- c. Централизация

d. Диверсификация

e. Конгломерация

204. Менеджер фармацевтической фирмы обратил внимание сотрудников на характеристики товаров. Одной из характеристик товара в реальном исполнении является:

a. Предоставление кредита

b. Послепродажное обслуживание

c. Гарантии

d. Доставка

e. Внешнее оформление

205. Деятельность организации зависит от разных факторов. Какие факторы принадлежат к внутренней среде организации?

a. Потребители

b. Способности, квалификация и одаренность работников

c. Инфраструктура

d. Состояние экономики

e. Государственные органы власти

206. Одной из функций менеджмента есть мотивирование. Мотив определяется как:

a. Психологические качества людей, которые разрешают усваивать определенные знания

b. Ощущение определенного дискомфорта, недостатка чего-нибудь

c. Осознанное побуждение к определенным действиям то, что человек считает ценным для себя

d. -

e. -

207. Местоположения лекарства в торговом зале аптеки можно разделить на две категории - сильные и слабые места. Какие местоположения лекарства являются слабыми?

a. Пространство возле кассы

b. Места с красивым фронтальным обзором

c. Пересечение рядов полок

d. Полки из правой стороны в направления движения покупателей

e. Места на нижних полках

208. Провизор-интерн после окончания вуза устроился на работу в аптеку. В течение какого времени ему должны оформить трудовую книжку?

a. Одного месяца

b. Шести месяцев

c. Недели

d. Одного дня

e. Пяти дней

209. Процесс стратегического планирования маркетинга состоит из последовательных этапов. Что относят к этапам процесса стратегического планирования?

a. Формулирование миссии и цели фармацевтического предприятия

b. Формулирование перечня задач и проблем

c. Обработка бюджета

d. Разработка программы мероприятий

e. Изложение текущей маркетинговой ситуации

210. Одним из важных шагов в развитии управленческой мысли было разделение всего процесса управления на основные функции: планирование, организация, мотивация и контроль. Кто был основателем этой теории:

a. Д.Вартон

b. Э.Мейо

c. М.Фоллет

d. А.Файоль

е. Ф.Тейлор

211. Угроза, которая возникает при каких-либо формах деятельности, связанных с производством продукции, товаров, услуг, их реализации, товарно-денежными и финансовыми операциями, коммерцией, осуществлением социально-экономических и научно-технических проектов. Что понимается под этим понятием?

- а. Трудовой убыток
- б. Материальный убыток
- в. Предпринимательский риск**
- г. Потеря времени
- е. Финансовые убытки

212. Учет кадров на фармацевтических предприятиях основывается на ведении трудовых книжек, личных дел сотрудников, учетных карточек Т-2. Выберите показатель, который невозможно определить по результатам учета:

- а. Категории персонала
- б. Данные в движении кадров
- в. Среднесписочный состав
- г. Среднесписочная численность
- е. Конъюнктура рынка труда**

213. Тактика является одной из составляющих реализации стратегического плана. Какое из перечисленных определений тактики является верным?

- а. Краткосрочная стратегия, которая согласовывается с общими долгосрочными планами**
- б. Разработанный свод стандартов и критериев
- в. Описание способа действий в конкретной ситуации
- г. Рассматривается как кодекс законов организации

214. Объективность процессов управления требует деления управленческой работы на фармацевтическом предприятии. Что получается в результате вертикального разделения труда?

- а. Схематическое изображение организации
- б. Технические, управленческий и институциональный уровни управления**
- в. Управленческие службы
- г. Производственные подразделения
- е. Неформальные группы

215. В практической деятельности аптеки имеют место разные равные управления. Какому уровню управления отвечает функция непосредственного контроля за деятельностью провизора по изготовлению лекарств?

- а. Управленческому
- б. Институциональному
- в. Техническому**
- г. Административному
- е. Бюрократическому

216. Во время отпуска безрецептурного препарата стало понятно, что больной не воспринимает словесную информацию провизора аптеки. Как называются коммуникационные преграды, при которых слова или символы могут иметь разное значение для отправителя и получателя информации?

- а. Невербальные преграды
- б. Неуважение фактами
- в. Семантические барьеры**
- г. Непонимание важности сообщения
- е. Стереотипы мышления

217. Провизор устраивается на работу в оптовое фармацевтическое предприятие на

должность заведующего аптечным складом. Какой срок испытания не требует согласования с комитетом профсоюза при приеме его на работу?

- a. До шести месяцев
- b. До трех месяцев**
- c. До двух месяцев
- d. До одного месяца
- e. До четырех месяцев

218. Провизор-аналитик аптеки хочет взять часть отпуска весной, а часть - летом. При каких условиях допускается деление отпуска на части?

- a. При условии, что ее основная часть будет составлять не меньше 14 дней**
- b. При условии, что ее основная часть будет составлять не меньше 12 дней
- c. При условии, что ее основная часть будет составлять не меньше 18 дней
- d. При условии, что ее основная часть будет составлять не меньше 16 дней
- e. При условии, что ее основная часть будет составлять не меньше 10 дней

219. С целью охвата широкого рынка сбыта, получения высоких прибылей через массовую реализацию и удобство места приобретения лекарства для потребителя фармацевтический производитель сотрудничает с многочисленными посредниками. Какому виду распределения это присуще?

- a. Селективному распределению
- b. Интенсивному распределению**
- c. Эшелонированному распределению
- d. Эксклюзивному распределению
- e. Комбинированному распределению

220. Фармацевтический производитель осуществляет отбор посредников для доведения своих лекарственных средств к потребителю. Что понимают под количеством посредников, через которые лекарственные средства проходят на пути от производителя к потребителю?

- a. Эшелонированное распределение
- b. Длину канала распределения**
- c. Структуру канала распределения
- d. Комбинированное распределение
- e. Ширину канала распределения

221. Провизор отдела маркетинга фармацевтического производителя планирует коммуникационную политику предприятия. Какая составная систем маркетинговых коммуникаций имеет высочайшую стоимость на один контакт?

- a. Реклама в периодических изданиях
- b. Стимулирование сбыта
- c. "Паблик рилейшнз"
- d. Реклама на телевидении
- e. Персональная продажа**

222. На телевидении периодически осуществляется популяризация среди молодежи механических контрацептивов (без указаний на конкретные товарные марки). Разновидностью какой составной маркетинговой коммуникации являются эти мероприятия?

- a. Персональной продажи
- b. Рекламы
- c. Паблсити**
- d. Стимулирование сбыта
- e. Спонсорство

223. Провизоры аптеки осуществляют мероприятия по мерчандайзингу. От чего не зависит оптимальность размещения и выкладки лекарства, качество оформления зала и обслуживание?

- a. Местоположения аптеки
- b. Корпоративного стиля производителя лекарства и его рекламных акций

с.

d. Режимы работы аптеки

е. Возможностей зала обслуживания

224. Специалистами маркетингового отдела фармацевтического предприятия разрабатывается сценарий телерекламного ролика. Какая последовательность идеального восприятия рекламного обращения?

a. Заинтересованность → импульс → внимание → желание → поступок

b. Импульс → внимание → заинтересованность → желание → поступок

с. -

d. Внимание → заинтересованность → импульс → желание → поступок

е. Заинтересованность → внимание → импульс → желание → поступок

225. В составе которого из приведенных направлений комплексного исследования рынка изучается соотношение между спросом, предложением и уровнем цен?

a. Изучение требований рынка и товара

b. Изучение фирменной структуры рынка

с. Анализ социально - психологических особенностей покупателей

d. Изучение экономической конъюнктуры

е. Анализ рыночной сегментации

226. Предпринимательская деятельность без государственной регистрации есть незаконной. Кем осуществляется регистрация предпринимательства?

a. Государственной налоговой инспекцией

b. Органами статистики

с. Банком

d. Исполнительным комитетом городской (районной) рады народных депутатов

е. Государственной службой лекарственных средств и изделий медицинского назначения

227. Какой стиль руководства характеризуется особой уступчивостью руководителя, который предоставляет подчиненному инициативу в формировании цели и готовый принять ее без возражений?

a. Комбинированный стиль

b. Либеральный стиль

с. Бюрократический стиль

d. Демократический стиль

е. Коллегиальный стиль

228. Какая составная системы маркетинговых коммуникаций направляет свою деятельность на формирование положительного имиджа фирмы?

a. Реклама

b. Сбытовая логистика

с. Мерчандайзинг

d. "Паблик рилейшинз"

е. Персональная продажа

229. Выберите верное определение. Деятельность фирмы по планированию, организации и контролю за физическим перемещением материалов и готовых изделий от места их производства к месту их использования с целью удовлетворения потребностей потребителей и с выгодой для себя, это:

a. Сбыт

b. Спрос

с. Менеджмент

d. Реклама

е. Предложение

230. Совокупность требований на товар со стороны потребителей, которая подкреплена покупательской способностью, называется:

- a. Сбытом
- b. Маркетингом
- c. Предложением
- d. Рекламой
- e. Спросом**

231. Выберите верное определение понятию. Убедительное средство информации о товаре или фирме, коммерческая пропаганда потребительских качеств товара и надлежащей деятельности фирмы, средство, которое готовит активного и потенциального потребителя к покупке, это:

- a. Торговый знак
- b. Коммуникации
- c. Предложение
- d. Реклама**
- e. Маркетинг