

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

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

2. 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

3. 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

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

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

5. 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

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

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

7. 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

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

- a. Послепродажное обслуживание

b. Внешнее оформление

- c. Доставку
- d. Гарантии
- e. Предоставление кредита

9. Діяльність організації залежить від різних факторів. Які фактори належать до внутрішнього середовища організації?

- a. Інфраструктура
- b. Стан економіки
- c. Здібності, кваліфікація та обдарованість працівників**
- d. Державні органи влади
- e. Споживачі

10. Однією з функцій менеджменту є мотивування. Мотив визначається як:

- a. -

b. Усвідомлене спонукання до певних дій

- c. Відчуття певного дискомфорту, нестачі чого-небудь
- d. Те, що людина вважає цінним для себе
- e. Психологічні якості людей, які дозволяють засвоювати певні знання

11. Місця розташування ліків у торговому залі аптеки можна розділити на дві категорії – сильні і слабкі місця. Які місця розташування ліків є слабкими?

- a. Простір біля каси
- b. Місця з гарним фронтальним оглядом
- c. Перетинання рядів полиць
- d. Полиці з правої сторони в напрямку руху покупців
- e. Місця на нижніх полицях**

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

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

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

- a. Разработанный свод стандартов и критериев
- b. Рассматривается как кодекс законов организации
- c. Краткосрочная стратегия, которая согласовывается с общими долгосрочными планами**
- d. Описывает способ действий в конкретной ситуации
- e.

15. У практичесій діяльності аптеки мають місце різні рівні управління. Якому рівню управління відповідає функція безпосереднього контролю за діяльністю провізора з виготовлення ліків?

- a. Адміністративний
- b. Бюрократичний.
- c. Інституційний
- d. Управлінський
- e. Технічний**

16. Під час відпуску безрецептурного препарату стало зрозуміло, що хворий не сприймає словесну інформацію провізора аптеки. Як називаються комунікаційні перепони, при яких слова або символи можуть мати різне значення для відправника та отримувача інформації?

- a. Невербалні перепони
- b. Зневажання фактами
- c. Семантичні бар'єри**
- d. Нерозуміння важливості повідомлення
- e. Стеоретики мислення.

17. Провізор влаштовується на робота в оптове фармацевтичне підприємство на посаду завідувача аптечного складу. Який термін випробування не вимагає узгодження з комітетом профспілки при прийомі його на роботу?

- a. До шести місяців.
- b. До трьох місяців**
- c. До двох місяців
- d. До одного місяця
- e. До чотирьох місяців

18. Провізор-аналітик аптеки хоче взяти частину відпустки весною, а частину-влітку. За яких умов допускається поділ відпустки на частини?

- a. При умові, що її основна частина становитиме не менше 14 днів**
- b. При умові, що її основна частина становитиме не менше 12 днів
- c. При умові, що її основна частина становитиме не менше 18 днів
- d. При умові, що її основна частина становитиме не менше 16 днів
- e. При умові, що її основна частина становитиме не менше 10 днів

19. З метою охоплення широкого ринку збуту, отримання високих прибутків через масову реалізацію і зручність місця придбання ліків для споживача фармацевтичний виробник співпрацює з численними посередниками. Якому виду розподілу це притаманно?

- a. Селективному розподілу.
- b. Інтенсивному розподілу**
- c. Ешелонованому розподілу
- d. Ексклюзивному розподілу
- e. Комбінованому розподілу

20. Фармацевтичний виробник здійснює добір посередників для доведення своїх лікарських засобів до споживача. Що розуміють під кількістю посередників, через яких лікарські засоби проходять на шляху від виробника до споживача?

- a. Довжину каналу розподілу**
- b. Структуру каналу розподілу
- c. Ешелонований розподіл.
- d. Ширину каналу розподілу
- e. Комбінований розподіл

21. Провізор відділу маркетингу фармацевтичного виробника планує комунікаційну політику підприємства. Яка складова систем маркетингових комунікацій має найвищу вартість на один контакт?

- a. "Паблік рілейшнз"
- b. Реклама в періодичних виданнях
- c. Стимулювання збуту.
- d. Персональний продаж**
- e. Реклама на телебаченні

22. На телебаченні періодично здійснюється популяризація серед молоді механічних контрацептивів (без вказівок на конкретні товарні марки). Різновидом якої складової маркетингової комунікації є ці заходи?

- a. Персонального продажу
- b. Реклами
- c. Паблісіті**
- d. Стимулювання збуту
- e. Спонсорство

23. Провізори аптеки здійснюють заходи з мерчандайзингу. Від чого не залежить оптимальність розміщення і викладки ліків та якість оформлення залу обслуговування?

- a. -
- b. Режimu роботи аптеки**
- c. Можливостей залу обслуговування
- d. Місця розташування аптеки
- e. Корпоративного стилю виробника ліків і його рекламних акцій

24. Фахівцями маркетингового відділу фармацевтичного підприємства розробляється сценарій телерекламного ролика. Яка послідовність ідеального сприйняття рекламного звернення?

- a. Увага--> зацікавленість--> імпульс--> бажання--> вчинок**
- b. Зацікавленість--> увага--> імпульс--> бажання--> вчинок
- c. -
- d. Імпульс--> увага--> зацікавленість--> бажання--> вчинок

е. Зацікавленість--> імпульс--> увага--> бажання--> вчинок

25. У складі якого з наведених напрямків комплексного дослідження ринку вивчається співвідношення між попитом, пропозицією та рівнем цін

- a. Вивчення фіrmової структури ринку
- b. Аналіз соціально – психологічних особливостей покупців
- c. Вивчення вимог ринку та товару
- d. Аналіз ринкової сегментації

e. Вивчення економічної кон'юктури

26. Підприємницька діяльність без державної реєстрації є незаконною. Ким здійснюється реєстрація підприємництва?

- a. Банком
- b. Виконавчим комітетом міської (районної) ради народних депутатів
- c. Державною службою лікарських засобів і виробів медичного призначення
- d. Державною податковою інспекцією
- e. Органами статистики

27. Який стиль керівництва характеризується особливою поступливістю керівника, який надає підлеглому ініціативу у формуванні цілі та готовий прийняти її без заперечень?

- a. Демократичний стиль
- b. Колегіальний стиль
- c. Комбінований стиль
- d. Ліберальний стиль
- e. Бюрократичний стиль

28. Яка складова системи маркетингових комунікацій спрямовує свою діяльність на формування позитивного іміджу фірми?

- a. Збутоva логістика
- b. Мерчендайзинг
- c. Реклама
- d. Персональний продаж
- e. "Паблік релейшinz"

29. Оберіть вірне визначення. Діяльність фірми з планування, організації і контролю за фізичним переміщенням матеріалів і готових виробів від місця їх виробництва до місця їх використання з метою задоволення потреб споживачів і з вигодою для себе, це:

- a. Збут
- b. Попит
- c. Менеджмент
- d. Реклама
- e. Пропозиція

30. Сукупність вимог на товар з боку споживачів, яка підкріплена купівельною спроможністю, називається:

- a. Збутом
- b. Маркетингом
- c. Пропозицією
- d. Рекламою
- e. Попитом

31. Оберіть вірне визначення поняттю. Переконливий засіб інформації про товар або фірму, комерційна пропаганда споживчих якостей товару та належної діяльності фірми, засіб, який готове активного та потенційного споживача до купівлі, це:

- a. Торговий знак
- b. Комуникації
- c. Пропозиція
- d. Реклама**
- e. Маркетинг

32. Для аналізу маркетингових можливостей і прогнозування свого місця на ринку фармацевтична фірма може скористатися матрицею, при якій фірма може шукати нові ринки (географічні) чи виявляти нові сфери застосування традиційного ЛЗ. Таке призначення фармацевтичною фірмою власного місця на ринку здійснюється за допомогою

- a. Матриці Ансоффа**
- b. Матриці Портера
- c. Моделі конкретних сил
- d. Матриці конкурентних переваг
- e. Матриці Бостон консалтинг груп

33. Листок-вкладка до препарату повинен містити коротку характеристику ЛЗ і обов'язкову дату останнього перегляду інформації. Така інформація, згідно з вимогами законодавства ВООЗ, відноситься до рівня

- a. Споживацького**
- b. Фармакологічного
- c. Фармакодинамічного
- d. Фармакоекономічного
- e. Фармакокінетичного

34. Процес, пов'язаний зі складанням документів, їх обробкою, проходженням, зберіганням, називається діловодством. Якщо вся документація проходить через єдиний центр організації – канцелярію, то така система діловодства має назву

- a. Змішана
- b. Децентралізована
- c. Централізована**
- d. Референтна
- e. Спеціальна

35. При влаштуванні на роботу завідувач аптеки ознайомлює провізора з посадовою інструкцією. Такий вид комунікацій називається:

- a. Висхідною
- b. Неформальною
- c. Невербальною
- d. Низхідною**
- e. Зовнішньою

36. Молодий фахівець після закінчення вузу влаштувався на роботу в аптеку. Через чотири місяці роботи він забажав піти у відпустку. Якої тривалості відпустку йому можна надати

- a. Пропорційно до відпрацьованого часу**
- b. 10 днів
- c. 24 дні

d. 14 днів

e. 1 тиждень

37. На фармацевтичному ринку спостерігаються сезонні коливання попиту на протизастудні лікарські засоби. Який вид маркетингу характеризує такий стан попиту?

a. Синхромаркетинг

b. Маркетинг, що розвивається

c. Протидіючий маркетинг

d. Конверсійний маркетинг

e. Ремаркетинг

38. Для аналізу маркетингових можливостей і прогнозування свого місця на ринку фармацевтична фірма може скористатися матрицею Ансоффа. Яку маркетингову можливість може мати фірма, яка планує запропонувати нові продукти на нових ринках

a. Глибокого проникнення у на ринок

b. Розвитку лікарських засобів

c. Інтенсифікації виробництва

d. Диверсифікації

e. Розширення меж ринку

39. Низка регіональних оптових фірм з метою здійснення закупівель ЛЗ в іноземних виробників створили тимчасове статутне обєднання. Як називається таке обєднання?

a. Асоціація

b. Синдикат

c. Концерн

d. Корпорація

e. Консорціум

40. Вивчення стану стратегічних господарських одиниць (лікарських засобів) фармацевтичної фірми, яке передбачає врахування їх ринкової частки та темпів зростання ринку, проводиться за допомогою:

a. Загальної конкурентної матриці Портера

b. Матриці Ансоффа

c. Матриці Бостон консалтинг груп

d. VEN-аналізу

e. XYZ-аналізу

41. Фармацевтична фірма-виробник встановлює ціну на лікарський засіб, враховуючи його собівартість та надбавку до собівартості. До якої моделі ціноутворення відноситься цей метод?

a. Моделі, що ґрунтуються на ринковому попиті

b. Конкурентної моделі

c. Витратної

d. Моделі, що ґрунтуються на пропозиції

e. Моделі беззбитковості

42. Сукупність організаційних, розпорядчих, дисциплінарних способів впливу керівника на виконавців відноситься до таких методів менеджменту:

a. Галузевих

b. Адміністративних

c. Соціально-психологічних

- d. Технологічних
- e. Економічних

43. Вкажіть назву розділу бізнес-плану, в якому викладено програму заходів, які сприятимуть збуту лікарських засобів:

- a. Виробничий план;
- b. Фінансовий план;
- c. Вступ.
- d. План маркетингу;**
- e. Резюме;

44. На якому етапі життєвого циклу лікарського засобу відбувається швидке нарощування обсягів його збуту і визнання покупцями?

- a. Етап спаду;
- b. Етап насичення.
- c. Етап впровадження на ринок;
- d. Етап зрілості;
- e. Етап зростання;**

45. Який вид маркетингу пов'язаний з наявністю негативного попиту на товари і послуги, тобто такої ситуації, за якої на значній частині потенційного ринку вони не знаходять свого покупця?

- a. Демаркетинг
- b. Конверсійний**
- c. Ремаркетинг
- d. Стимулувальний
- e. Синхромаркетинг

46. Відповідно до чинного законодавства, на підставі медичного висновку жінкам надається допопологова відпустка у зв'язку з вагітністю тривалістю:

- a. 50 календарних днів до пологів;
- b. 30 календарних днів до пологів;
- c. 80 календарних днів до пологів.
- d. 70 календарних днів до пологів;**
- e. 40 календарних днів до пологів;

47. Відділ маркетингу фармацевтичного підприємства "Луга-фарм" будує свою діяльність за чотирима основними напрямками маркетинг мікс. Вкажіть елемент комплексу маркетингу:

- a. Споживач
- b. Продукт**
- c. Попит
- d. Пропозиція
- e. Панель

48. Відділ маркетингу ВАТ "Луганський хіміко-фармацевтичний завод" склав матрицю з узагальненою оцінкою сильних та слабких сторін, можливостей та загроз для підприємства. Дано матриця є основою для:

- a. SWOT-аналізу**
- b. VEN-аналізу
- c. WWW-аналізу.
- d. ATC/DDD-аналізу

е. ABC-аналізу

49. Фармацевтична фірма “Аптека 36,6” розробила програму маркетингової діяльності на цільовому ринку та обрала стратегію глибокого проникнення. Матриця розвитку товару/ринку пов’язана з ім’ям:

- a. Портера
- b. Мак Кінсі
- c. Герцберга.
- d. Аноффа**
- e. Тейлора

50. Відділ маркетингу фармацевтичного підприємства “Беладонна” розподілив весь товарний асортимент в залежності від темпів росту ринкового попиту на окремі товари та відносної частки ринку фірми на чотири групи: “Зірки”, “Важкі діти”, “Дійні корови”, “Собаки”. Відділ маркетингу використав матрицю:

- a. Тейлора
- b. Портера
- c. Бостонської консалтингової групи**
- d. Маслоу
- e. Герцберга.

51. Компанія “Novartis” представляє на світовому ринку оригінальний антигіпертензивний препарат Diovan®, що знаходиться під патентним захистом. Відома компанія додала чималих зусиль зі створення іміджу зазначеного товару. Даний препарат можна ідентифікувати як:

- a. Комбінований препарат.
- b. Бренд**
- c. Пост-оригінальний препарат
- d. Генеричний препарат
- e. Референтний препарат

52. Правління ВАТ “Луганський хіміко-фармацевтичний завод” розробляє довготривалі та перспективні плани, встановлює стратегічні цілі підприємства. Представником якого рівня управління в ієрархії менеджменту є голова правління:

- a. Збутовий рівень
- b. Інституційний рівень**
- c. Технічний рівень
- d. Управлінський рівень
- e. Товарний рівень

53. Директора фармацевтичної фірми “Helychrisum” колеги вважають гарним організатором, достатньо жорстким та вимогливим до підлеглих. За останні роки підприємство стрімко нарощує обсяги виробництва продукції, а керівник особисто формулює задачі та контролює результати діяльності окремих підрозділів. Який стиль керівництва притаманний директору:

- a. Дистанційний
- b. Делегуючий
- c. Анархічний.
- d. Директивний**
- e. Ліберальний

54. Директор фармацевтичної фірми “Фітофарм”, що останнім часом вимушена зменшувати обсяги

виробництва та скорочувати товарний асортимент, не тільки не виявляє організаторських здібностей, але майже не цікавиться і практично не регулює діяльність підприємства. Визначте стиль керівництва, притаманний директору підприємства

- a. Директивний
- b. Демократичний
- c. Ліберальний
- d. Авторитарний
- e. Автократичний.

55. На оптовій фармацевтичній фірмі “Медфарм” впроваджена система стимулювання праці менеджера, що реалізується нарахуванням бонусів за високі показники збуту з наступним матеріальним заохоченням. Таким чином, керівництво фірми використовує функцію управління:

- a. Планування.
- b. Мотивація
- c. Контроль
- d. Організація
- e. Делегування

56. Завідувач аптекою передав свої повноваження щодо формування асортименту, визначення обсягів, номенклатури та термінів закупівлі лікарських засобів та виробів медичного призначення заступнику. Така дія в теорії менеджменту називається:

- a. Планування повноважень
- b. Організація повноважень
- c. Знищення повноважень.
- d. Делегування повноважень
- e. Контроль повноважень

57. Директор фармацевтичної фірми “Calendula” з метою зниження підприємницького ризику вирішив вилучити частину прибутку та вклади гроші в ресторанний бізнес. Розподіл зусиль та капіталовкладень між різними видами діяльності, результати яких безпосередньо не пов’язані, має назву:

- a. Банкрутство
- b. Страхування
- c. Диверсифікація
- d. Ліквідація
- e. Індексація.

58. Фармацевтична фірма “Fitoprom” з метою збереження повного контролю за здійсненням торгових операцій на регіональному ринку свою збутову політику будує без застосування посередницької ланки. Метод збуту, що включає послуги посередників, має назву:

- a. Прямий
- b. Змішаний
- c. Непрямий.
- d. Опосередкований
- e. Комбінований

59. Фармацевтична фірма “Cum Deo”, що останнім часом стрімко нарощує обсяги виробництва продукції, розраховуючи на сформований попит з боку українських споживачів, для організації збуту лікарських засобів користується послугами підприємства-посередника. Метод збуту, що передбачає застосування послуг посередника, має назву:

a. Непрямий

- b. Безпосередній
- c. Прямий.
- d. Багатоканальний
- e. Комбінований

60. Фармацевтична компанія “AstraZeneca” в рамках благодійного проекту “Скажемо разом “Ні” астмі!” відкриває в дитячих лікарнях ігрові кімнати, успішно реалізує програму боротьби з тютюнопалінням серед молоді, розробляє методичні посібники для школярів зі здорового способу життя. Діяльність компанії, спрямована на встановлення доброзичливих стосунків з громадськістю, називається:

- a. Брендінг
- b. Мерчандайзинг.
- c. Реклама
- d. Прямий продаж
- e. Паблік релейшнз**

61. Якому із стилів управління характерні такі риси: високий ступінь централізації повноважень і структуризації роботи підлеглих; обмеження свободи підлеглих, щодо прийняття рішень, орієнтація на дотримання підлеглими численних правил та інструкцій

- a. Безпосередній.

b. Авторитарний

- c. Спільний
- d. Демократичний
- e. Ліберальний

62. Запаси лікарських засобів, які знаходяться на складах різного типу як внутрішньофірмових, так і логістичних посередників, називаються:

- a. Оптимізацією поставки продукції

b. Складськими запасами

- c. Оптовими поставками
- d. “Товаром у дорозі”
- e. Розподілом запасів продукції

63. Короткочасні спонукальні заходи заохочення посередників і споживачів до купівлі ліків (знижки, товарні кредити, підтримка постійних покупців, тощо) має назву:

- a. Пабліті

b. Стимулювання збуту лікарських засобів

- c. Реклама
- d. Лобіювання
- e. Персональний продаж

64. В аптекі впродовж місяця були встановлені знижки на лікарські засоби фармацевтичної фірми “Дарниця”. До якої складової маркетингових комунікацій відносяться такі заходи?

- a. Персональний продаж

- b. Пропаганда

c. Стимулювання збуту

- d. Мерчандайзинг
- e. PR-діяльність

65. Підприємство розширяє асортимент продукції за рахунок впровадження у виробництво лікарського засобу, на який закінчився термін дії патенту. Такий лікарський засіб називається:

- a. Оригінальний ЛЗ
- b. Фальсифікований ЛЗ
- c. Патентований ЛЗ
- d. Генеричний ЛЗ**
- e. Брендовий ЛЗ

66. Підприємство – виробник фармацевтичної продукції проводить контроль за її зберіганням та транспортуванням фірмами-логістичними посередниками. Такі заходи вживаються з метою:

- a. Дотримання вимог GLP
- b. Дотримання вимог GMP
- c. Зовнішнього аудиту
- d. Отримання ліцензії фірмою посередником
- e. Дотримання вимог належного збереження та транспортування продукції**

67. Керівник фармацевтичного підприємства “Азалія” в своїй роботі використовує різні види контролю. Контроль, який здійснюється на вході в систему організації до початку роботи і реалізується через правила, процедури тощо, відноситься до:

- a. Попереднього контролювання**
- b. Завершального контролювання
- c. Централізованого контролювання
- d. Децентралізованого контролювання
- e. Поточного контролювання

68. Фармацевтична фірма досліджує ситуацію на ринку, яка виражена у співвідношенні між попитом і пропозицією, рівнем цін, товарними запасами тощо. Що досліджує фармацевтична фірма?

- a. Умовами існування ринку
- b. Структуру ринку
- c. Інфраструктуру ринку
- d. Конюнктурою ринку**
- e. Сферу ринку

69. У своїй роботі фармацевтичне підприємство застосовує вид маркетингу, спрямований на зменшення попиту на лікарські засоби, оскільки він не може бути задоволений через недостатній рівень виробничих потужностей, обмеженість сировини. Який вид маркетингу застосовує підприємство?

- a. Конверсійний
- b. Протидіючий
- c. Стимулюючий маркетинг
- d. Демаркетинг**
- e. Ремаркетинг

70. Установите тип маркетингового контроля, если ответственными за его внедрение являются высшее руководство и ревизор по маркетингу, а как метод контроля используется ревизия маркетинга

- a. Стратегический контроль**
- b. Контроль за реализацией
- c.
- d. Контроль рентабельности

е. Контроль прибильности

71. Количество посредников, через которых фармацевтический товар проходит на пути от производителя до потребителя, называется:

- a. Шириной канала сбыта
- b. Уровнем канала сбыта
- c. Длиной канала сбыта**
- d. Объемом канала сбыта
- e.

72. Фармацевтическая организация осуществляет свою деятельность в условиях сложной внешней среды. Какой из факторов непосредственно влияет на работу организации?

- a. Состояние экономики
- b. Политические факторы
- c. Законы и государственные органы**
- d. Международные события
- e. Социокультурные факторы

73. Німецька фірма „Hexal” випустила на ринок антибіотик під торговою назвою Ципрогексал, яка включає міжнародну непатентовану назву і елемент назви фірми. Яка стратегія товарних марок була використана?

- a. Поєднання фіrmового імені з індивідуальною маркою препарату**
- b. Багатомарочного підходу
- c. Індивідуальних марок
- d. Групових марок
- e. Використання індивідуальних марок для окремих асортиментних груп

74. Аптека „Доброго дня” з метою збільшення обсягів продажу препаратів запровадила систему знижок, за якою при покупці лікарських засобів на суму 100 грн., споживачі отримують знижку 2%. Які маркетингові комунікації застосувала аптека?

- a. Персональний продаж
- b. Стимулювання збуту, спрямоване на фармацевтичних посередників
- c. Стимулювання збуту, спрямоване на споживачів**
- d. „Паблік релейшнз”, спонсорство
- e. Стимулювання збуту, спрямоване на власний збутовий персонал

75. Економічна ситуація на ринку нестероїдних протизапальних лікарських засобів на основі диклофенаку натрію характеризується затоварюванням і зниженням цін. Такий вид кон'юнктури носить назву:

- a. Стандартної
- b. Високої
- c. Підвищеної
- d. Спадної**
- e. Зростаючої

76. Відділом маркетингу фірми-виробника встановлено різке зниження рівня продажів лікарських засобів за певний період часу. Вкажіть вид маркетингу та завдання щодо управління маркетингом?

- a. Ремаркетинг, підвищення попиту**
- b. Конверсійний маркетинг, формування попиту
- c. Протидіючий маркетинг, зниження попиту

- d. Демаркетинг, зниження попиту
- e. Синхромаркетинг, вирівнювання попиту

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

- a. Рынок потребителя
- b. Товарный рынок
- c. Потенциальный рынок
- d. Рыночная ниша**
- e. Рыночное окно

78. 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

79. 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. Упаковка
- b. Маркировка
- c. Штрих-код
- d. Бренд**
- e. Этикетка

80. 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

81. В акціонерному товаристві з виробництва і реалізації лікарських препаратів, створена структура для роботи з різними організаціями-споживачами. Дано організаційна структура є:

- a. Лінійно-функціональною
- b. Матричною
- c. Бюрократичною
- d. Дивізіональною**
- e. Департаменталізацією

82. Фармацевтична фірма орієнтується у своїй діяльності на реалізацію різноманітного асортименту продукції, різні групи споживачів і регіони. Який тип організаційної структури характерний для даної фірми?

a. Децентралізований

b. Дивізіональний

c. Функціональний

d. Бюрократичний

e. Централізований

83. Фармацевтичне підприємство з метою планування своєї діяльності аналізує витрати, визначає джерела їхнього покриття, розробляє план забезпечення прибутковості і ліквідності. За яким напрямком (розділом) бізнес-плану проводиться збір і аналіз відповідної інформації?

a. План виробництва продукції (виконання робіт, послуг)

b. План маркетингу

c. Фінансовий план

d. Резюме бізнес-плану

e. -

84. На фармацевтичному підприємстві комплексно використовують технічні і технологічні засоби використання інформації з метою підвищення ефективності управління виробникою, адміністративною діяльністю організації, підвищенню продуктивності праці, удосконалення методів планування і регулювання процесами управління. Усе це здійснюється з застосуванням:

a. Автоматизоване робоче місце

b. Інформаційно-управлінська система

c. Автоматизана інформаційно-пошукова система

d. Автоматизана система управління

e. Автоматизана навчально-контролююча система

85. Фахівцями відділу маркетингу фармацевтичної фірми, що впроваджує на ринок новий антідіабетичний препарат, було проведено анкетування 230 лікарів ендокринологів. Який метод маркетингових досліджень використаний?

a.

b. Опитування

c. Експеримент

d. Спостереження

e. Панель

86. Підприємство фармацевтичного профілю, що досягло високих показників обсягів збути власної продукції і визнання покупців дістане максимальний прибуток на наступному етапі життєвого циклу товару:

a. Розробки

b. Зріlostі

c. Росту

d. Впровадження на ринок

e. Спаду

87. Маркетолог фармацевтичної фірми, проводячи маркетингові дослідження ринку вітамінних препаратів по параметрах, що включає терапевтичну ефективність, попит та пропозицію, використовує наступний метод:

a. Метод математичної статистики

b. Метод викопіювання первинної медичної документації

c. -

d. Метод експертних оцінок

е. Графічний метод

88. Маркетолог фармацевтичної фірми з роздрібної реалізації лікарських засобів при аналізі прайс-листів оптових фірм, заводів-виробників до ключового фактору вибору постачальника відносить:

- а. Багатофункціональність товару
- б. Обсяг пропозиції
- с. Економічну кон'юнктuru
- д. Асортиментно-цінову характеристику продукції**
- е. Якість постпродажного сервісу

89. Проведення маркетингових досліджень по окремих фармацевтичних групах передбачає збір і аналіз первинної інформації, що відноситься до наступного методу маркетингових досліджень:

- а. Дослідження збутової мережі фармацевтичного ринку
- б. "польові" дослідження**
- с. Дослідження ринку лікарських засобів
- д. "кабінетні" дослідження
- е. Дослідження споживачів лікарських засобів

90. Завідувач-провізор у процесі ухвалення управлінського рішення з удосконалення фінансового положення центральної районної аптеки зібрали релевантну інформацію й установив симптоми утруднень — високі витрати і низька рентабельність. Дано дія характеризує етап розробки раціонального управлінського рішення як:

- а. Діагностика проблеми**
- б. Оцінка альтернатив
- с. Формульовання обмежень та критеріїв прийняття рішень.
- д. Вибір альтернатив
- е. Визначення альтернатив

91. Оптово-посередницька фірма, яка співпрацює з закордонними партнерами, з метою досягнення комерційного успіху, проводить ряд заходів, що сприяють формуванню власного позитивного іміджу. Який вид професійної етики використовує фірма?

- а. Фармацевтична деонтологія
- б. Фармацевтична етика
- с. Етика бізнесу**
- д. Етика керівника
- е. Етика підлітка

92. У провізора аптеки Козменко І.В. виникла трудова суперечка з керівництвом аптеки з приводу переносу його щорічної відпустки. Куди повинен звернутися працівник для оскарження рішення адміністрації аптеки?

- а. У комісію з трудових суперечок(КТС)**
- б. До керівництва вищих органів управління фармслужбою на обласному рівні
- с. До арбітражного суду
- д. У МОЗ України
- е. У профспілковий комітет

93. Ринок характеризується такими умовами: наявністю великої кількості продавців та покупців, які не впливають на рівень поточних цін; наявністю однорідних та взаємозамінних конкуруючих товарів; відсутністю цінових обмежень. Вкажіть тип ринку:

- a. Ринок чистої конкуренції**
- b. Олігополістичний ринок
- c. -
- d. Ринок чистої монополії
- e. Ринок монополістичної конкуренції

94. Українська фармацевтична фірма організувала за кордоном дочірнє підприємство. До якої форми організації міжнародного бізнесу це відноситься:

- a. Спільне підприємство

- b. Пряме володіння**

- c. Ліцензування
- d. Прямий експорт
- e. Виробництво лікарських засобів за контрактом

95. Графік залежності "ціна-попит" представлений горизонтальною лінією. Вкажіть вид попиту?

- a. Абсолютно нееластичний

- b. Абсолютно еластичний**

- c. Нееластичний
- d. Еластичний
- e. Унітарний

96. Регулювання стимулів праці, які спонукають до виконання певної роботи, у теорії управління називається функцією:

- a. Координації

- b. Мотивації**

- c. Організації
- d. Планування
- e. Контролю

97. Якому варіанту товарної стратегії властиве виведення на ринок товару, розрахованого на найбільші сегменти ринку та на найбільшу кількість покупців

- a. Диверсіфікація
- b. Варіація
- c. Диференційований маркетинг
- d. Концентрований маркетинг
- e. Недиференційований маркетинг**

98. Якому поняттю відповідає твердження: "...-це сфера обміну, що характеризується системою економічних відносин між виробниками та споживачами товарів"

- a. Угода
- b. Менеджмент
- c. Маркетинг
- d. Збут
- e. Ринок**

99. У якій фазі життєвого циклу лікарського засобу обсяг його продажу є максимальним?

- a. Виходу на ринок

- b. Зрілості**

- c. Насичення
- d. Спаду

е. Росту

100. Сукупність принципів, які визначають правила поведінки фармацевтичних працівників, - це

a. Етика

b. Етикет

c. Культура

d. Соціальна відповідальність

e. Деонтологія

101. Який із препаратів-аналогів є найбільш конкурентоспроможним, якщо у результаті визначення їх коефіцієнтів конкурентоспроможності отримані такі результати

a. 0,73

b. 0,53

c. 1,15

d. 1,7

e. 2,0

102. Який тип каналу товароруху продукції медичного призначення є найкоротшим?

a. Однорівневий

b. Нульовий

c. Трирівневий

d. Чотирирівневий

e. Дворівневий

103. Який серед наведених груп лікарських засобів притаманний "сезонний" вид життєвого циклу

a. Антикоагулянти

b. Анаболічні

c. Антибластомні

d. Противірусні

e. Антидіабетичні

104. Фармацевтична фірма, бажаючи зміцнити свої ринкові позиції в умовах конкурентного середовища, вирішує при здійсненні товарної політики використовувати товарні марки. Для чого призначена товарна марка?

a. Вірної відповіді немає

b. Диференціювання лікарських засобів на ринку серед лікарських засобів конкурентів

c. Обґрутування більш високої ціни на лікарський засіб

d. Забезпечення лікарським засобам необхідної якості

e. Всі відповіді вірні

105. Фармацевтичне підприємство, враховуючи що охорона здоров'я надає першочергового значення якості лікарських засобів, спрямувало свої зусилля на покращення якісних характеристик препарату. Яку концепцію управління маркетингом використовує фірма?

a. Удосконалення товару

b. Сучасного маркетингу

c. Правильної відповіді немає

d. Всі відповіді вірні

e. Удосконалення виробництва

106. Регіональний медичний представник іноземної фірми для характеристики територіального фармацевтичного ринку використає дані періодичної преси та довідково-статистичної літератури.

Який вид дослідження ринку ґрунтуються на використанні вказаних джерел?

a. Кабінетні дослідження

- b. Не відноситься до досліджень
- c. Правильної відповіді немає
- d. Всі відповіді правильні
- e. Польові дослідження

107. Під час працевлаштування на роботу на конкретну посаду молодого фахівця ознайомлюють з його правами та обов'язками. Яким документом регулюються права і обов'язки аптечних працівників?

- a. Кодексом законів про працю
- b. Внутрішнім трудовим розпорядком
- c. Посадовою інструкцією**
- d. Всі відповіді вірні
- e. Вірної відповіді немає

108. Керівник аптеки не погоджується зі змістом акту обстеження аптеки. Які дії керівника є правомірними в даній ситуації?

- a. Керівник підписує акт, але письмово складає заперечення до акту
- b. Керівник не підписує акт
- c. Керівник підписує акт і направляє скаргу у вищу організацію**
- d. Правильної відповіді немає
- e.

109. Завідувач аптеки при прийнятті на роботу провізора, уклав з ним трудовий договір і встановив випробувальний термін. Чи дозволяється розірвання трудового договору під час випробувального терміну

- a. Не дозволяється
- b. Лише після закінчення випробувального терміну
- c. Дозволяється**
- d. Дозволяється, як виняток
- e. Як правило, не дозволяється

110. Колективний договір укладається профспілковим комітетом від імені трудового колективу підприємства з власником. Форма укладання колективного договору – письмова. Який термін дії колективного договору?

- a. 3 роки
- b. 2 роки
- c. 1 рік**
- d. За згодою сторін
- e. Не регламентується

111. При укладанні трудового договору встановлено випробування з метою перевірки відповідності працівника дорученій йому роботі. Випробування не встановлюється при прийманні на роботу осіб, котрі не досягли:

- a. 19 років
- b. 21 року
- c. 20 років
- d. 22 років
- e. 18 років**

112. Між провізором і завідуючим аптекою виникла трудова суперечка згідно переносу строку відпустки. Провізор звернувся в комісію по трудових суперечках. Впродовж кількох днів розглядається суперечка в комісії з трудових суперечок від дня подання заяви?

- a. 1 тиждень
- b. 1 місяць
- c. 5 днів
- d. 3 дні
- e. 10 днів

113. Фармацевтична оптова фірма для стимулювання збуту товару представляє своїм клієнтам знижку на основі спеціальної домовленості і при умові їх постійності як клієнтів. Визначте вид знижки:

- a. Ділерська
- b. Знижки за кількість товару, який купують
- c. -
- d. Бонусна
- e. Сезонна

114. 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. Насыщение
- b. Спад
- c. Рост
- d. Зрелость
- e. Внедрение

115. Для изучения рынка потребителей лекарственных препаратов антигистаминного действия фирма приняла решение о 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;

116. 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;

117. Фармацевтична фірма при розробці рекламної стратегії просування безрецептурних ліків передбачає визначення цільової аудиторії. Яка з названих видів реклами зумовлює найвищу вибірковість аудиторії споживачів:

- a. Реклама на радіо
- b. Реклама у друкованих виданнях

с. Реклама на ТБ

d. Реклама на місці продажу

е. Реклама на транспорті

118. При аналізі показників реалізації лікарського препарату спостерігається розширення ринку, абсолютний зрост запасів препарату у виробника, зниження темпів росту продаж, інтенсивна конкуренція. На якому етапі життєвого циклу товару знаходиться лікарський препарат:

a. Зрілість

б. Зростання

с. Насичення та спадання

д. Розробка

е. Впровадження

119. Службою маркетингу здійснено перевірку результатів роботи фармацевтичної фірми на підставі вивчення даних реалізації середньострокових планів, розвитку ринкових сегментів, контроль бюджету та фінансовий аналіз. Даний рівень маркетингового контролю є:

а. Контроль глобальних цілей та стратегій фірм

б. Контроль стратегічного планування

с. Контроль оперативного планування

d. Контроль тактичного планування

е. Контроль планових гіпотез та прогнозів

120. На цей час у теорії менеджменту виділяють чотири найважливіші підходи до управління.

Вкажіть підхід, який не використовується у теорії менеджменту

а. Процесний

б. Ситуаційний

с. Підхід з позицій виділення різних шкіл

d. Структурний

е. Системний

121. Завідуючий аптечним підприємством з метою уточнення умов поставки лікарських препаратів телефонує менеджеру оптової фармацевтичної фірми. До якого типу відносяться дані комунікації:

a. Зовнішні

б. Вертикальні

с. Горизонтальні

д. Межрівневі

е. Внутрішні

122. Провізор аптечного підприємства звільнився за власним бажанням і приступив до роботи менеджером оптової фармацевтичної фірми. До якого виду відноситься такий рух кадрів?

a. Плинність кадрів

б. Підвищення на посаді

с. Підвищення кваліфікації

д. Вербування кадрів

е. Ротація кадрів

123. Відома фармацевтична фірма на ліцензійній основі передає право використовувати свій товарний знак невеликому підприємству. Вкажіть назву цієї дії:

а. Сертифікація

б. Мерчандайзинг

c. Франчайзинг

d. Комплектування

e. Експеримент

124. Одним з перших етапів підприємницької діяльності є реєстрація підприємства в органах влади. Які з перелічених нижче документів не потрібно подавати до місцевих органів влади для державної реєстрації підприємства?

a. Документ, що підтверджує сплату власником внеску до статутного фонду

b. Установчі документи

c. Реєстраційну картку

d. Платіжний документ, що свідчить про сплату реєстраційного збору

e. Картку зі зразками підписів директора і головного бухгалтера

125. Фармацевтичне підприємство після реєстрації повинно відкрити рахунок у банку. Який з перелічених нижче документів не є підставою для відкриття рахунку в банку підприємством – юридичною особою?

a. Картка із зразками підписів осіб, які будуть підписувати і розпоряджатися фінансовими документами

b. Копія установчого договору

c. Заява на відкриття рахунку, підписана керівником та головним бухгалтером

d. Свідоцтво про державну реєстрацію

e. Копія документа, що підтверджує взяття підприємства на податковий облік

126. Діяльність керівника пов”язана з прийняттям управлінських рішень, які спрямовані на досягнення цілей організації. Які з наведених рішень не відносяться до таких, що класифікують за способом обґрунтування?

a. Вірної відповіді немає

b. Стандартні

c. Рішення, що базуються на висновках

d. Інтуїтивні

e. Раціональні

127. За ініціативою фірми-виробника вносяться зміни в аннотацію препарату з метою обмеження його використання. Який вид маркетингу використовує фірма у даному випадку?

a. Ремаркетинг

b. Конверсійний маркетинг

c. Протидіючий маркетинг

d. Синхромаркетинг

e. Стимулюючий маркетинг

128. Фірма здійснює аналіз маркетингового портфеля на основі матриці Бостон консалтинг груп.

Яка пріоритетна маркетингова стратегія може бути використана фірмою для лікарського засобу, що перебуває в ранзі Дійна корова?

a. Лікарський засіб займає позицію стабільного лідера на доволі зрілому ринку

b. Лікарський засіб із низькою ринковою часткою на ринках, які швидко розвиваються

c. Усі відповіді правильні

d. Лікарський засіб із високою часткою ринку або такою, що інтенсивно зростає, потребує значних коштів для фінансування росту, приносить прибутки або має потенціал значних прибутків

e. Лікарський засіб із низькою часткою на ринках, що повільно зростають.

129. При розробленні нового лікарського засобу фірма-виробник може орієнтуватися на різні стратегії використання товарних марок. Яку назву має стратегія, при якій фірма використовує одну назву для всіх своїх препаратів?

a. Групових марок

- b. Марок для окремих препаратів
- c. Багатомарочного підходу
- d. Поєднання фіrmового імені з індивідуальною маркою препарату
- e. Індивідуальних марок

130. Споживачі з довірою сприймають нові безрецептурні лікарські засоби, якщо вони з'являються на ринку під добре відомою товарною маркою. Яке значення має ціна препарату для споживача, якщо існує стійка прихильність до марки?

- a. Вірної відповіді немає

b. Ціна не має вирішального значення

- c. Споживач звертає увагу на ціну, якщо на ринку з'явився біологічно еквівалентний препарат іншого відомого виробника
- d. Споживач насамперед звертає увагу на ціну
- e. Всі відповіді вірні

131. З метою повнішого охоплення різних ринків фірма "Лубнифарм" частину своєї продукції реалізовує через фіrmові аптеки, другу частину – через дистриб'юторів і третю – через аптеки інших власників. Які маркетингові системи розподілу використовує дана фірма:

- a. Договірні маркетингові системи
- b. Керовані маркетингові системи
- c. Горизонтальні маркетингові системи
- d. Корпоративні маркетингові системи
- e. Багатоканальні маркетингові системи

132. Рекламну діяльність в галузі фармації контролює і регламентує держава, зокрема Закон України "Про рекламу". Які відомості не заборонено розміщувати в рекламі про лікарські засоби?

- a. Інформацію про те, що косметичні засоби, харчові продукти, вітамінні чи інші харчові домішки мають лікувальні властивості, якщо наявність таких властивостей не доведена за встановленим порядком
- b. Інформацію щодо використання або застосування безрецептурних лікарських засобів
- c. Інформацію про те, що лікувальний ефект від приймання лікарського засобу є абсолютно гарантований
- d. Відомості, які можуть справити враження, що за умови вживання лікарського засобу медична консультація з фахівцем не є необхідна
- e. Відомості про те, що лікарський засіб є продуктом харчування, косметичним чи іншим продуктом для вживання

133. Однією з важливих характеристик ринку є товарна кон"юнктура. Для якого виду товарної кон"юнктури характерні відносна стійкість високих цін і найбільша активність споживачів та постачальників?

- a. Млявої кон"юнктури
- b. Низької кон"юнктури
- c. Затихаючої кон"юнктури
- d. Спадаючої кон"юнктури
- e. Високої (стабільної) кон"юнктури

134. Провізор після закінчення вузу приступив до роботи у відділі збути оптової фармацевтичної фірми. Які основні завдання цього функціонального підрозділу суб'єкта господарювання?

- a. Ним вирішуються задачі, в кого, на яких умовах і коли закупити лікарські засоби
- b. Ним вирішуються задачі, в кого закупити і як реалізувати лікарські засоби
- c. Він вирішує задачі, які ліки і на яких умовах закупити.
- d. Він вирішує задачі, кому, скільки і на яких умовах реалізувати лікарські засоби**
- e. Він вирішує задачі, які ліки закупити, скільки закупити і чим зацікавити можливого покупця

135. Підприємство-виробник планує реалізовувати новий лікарський засіб через фіrmові аптеки.

Яка стратегія розподілу лікарських засобів буде задіяна?

- a. Ешелована
- b. Горизонтальної інтеграції
- c. Вертикальної інтеграції
- d. Пряма**
- e. Гнучка

136. Фармацевтична фірма планує запропонувати нові лікарські засоби на існуючому ринку. Якою маркетинговою можливістю скористається фірма?

- a. Розвитку асортименту лікарських засобів**
- b. Розширення меж ринку
- c. Інтеграції виробництва
- d. Диверсифікації виробництва
- e. Глибшого проникнення на ринок

137. Попит на лікарські засоби залежить від багатьох факторів. Який з факторів не впливає на еластичність попиту?

- a. Період для прийняття рішення стосовно придбання препарату
- b. Обсяг збути лікарських засобів**
- c. Важливість ліків для споживача
- d. Взаємозамінність препарату
- e. Питома вага препарату в доході споживача

138. Комуникації – це процес обміну інформацією. Комуникації між відділами і підрозділами організації це:

- a. Міжрівневі комунікації
- b. Внутрішні горизонтальні організаційні комунікації**
- c. Неформальні організаційні комунікації
- d. Зовнішні організаційні комунікації
- e. Внутрішні вертикальні організаційні комунікації

139. В організації певним чином розподіляється праця. Як називається розподіл праці, що передбачає створення рівнів управління та ієрархію підлегlostі?

- a. Діагональний розподіл праці
- b. -
- c. Горизонтальний розподіл праці
- d. Вертикально-горизонтальний розподіл праці
- e. Вертикальний розподіл праці**

140. 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. Не более 2 часов

b. Не менее 3 часов

c. -

d. 2,5 часа

e. Не более 1 часа

141. В теории менеджмента процесс контроля, независимо от его видов, 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

142. В основе концепции социально-этичного маркетинга лежит сбалансированное трех факторов.

Какой из перечисленных факторов не относится к указанным?

a. Общество (благополучие людей)

b. Все ответы верны

c. Покупатели (удовлетворение потребностей)

d. Предприятие (прибыль)

e. Материально-техническая база

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

a. Интенсивный

b. Эксклюзивный

c. -

d. Смешанный

e. Селективный

144. Добре відоме велике підприємство на ліцензійній основі надає право використовувати свій товарний знак і відповідну технологію невеликому самостійному підприємству, яке використовує авторитет і довіру споживачів відомої марки. Як називається зазначена концепція?

a. Використання товарного знака

b. Використання марки виробника

c. Мерчандайзинг

d. Використання марки ділера

e. Франчайзинг

145. Шлях від виробника до кінцевого споживача лікарський засіб проходить за схемою:

виробник---> гуртова фірма---> аптека---> кінцевий споживач. Визначте рівень канал збуту

a. Канал нульового рівня

b. Чотирохрівневий канал

c. Однорівневий канал

d. Трирівневий канал

e. Дворівневий канал

146. Якому поняттю відповідає дане твердження: "...-це визначення особливостей товару,

характерних рис, що відрізняють даний товар від аналогічних товарів-конкурентів

a. Споживча цінність товару

b. Позиціонування товару

c. Якість товару

d. Асортимент товару

e. Попит на товар

147. В аптекі існують керівники вищої, середньої та низової ланки. При цьому рівні управління утворюються за рахунок:

a. Вертикально-горизонтального розподілу праці

b. Горизонтального розподілу праці

c. Вертикального розподілу праці

d. Діагонального розподілу праці

e. Шахового розподілу праці

148. В управлінні фармацевтичною фірмою використовуються американський та японський підходи. Виберіть характерну ознаку американської моделі управління:

a. Підвищена увага до „людського фактора”

b. Швидка оцінка і просування на посаді

c. Колективна відповідальність

d. Групові форми контролю

e. Повільне просування на посаді

149. 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. Необходимость проведения инновационной деятельности, развития творческого подхода к хозяйственным проблемам

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

d. Развитие системы продвижения товаров

e. Изучение потребностей потребителей и состояния спроса на товар

150. Фармацевтичне підприємство планує вихід на ринок нового лікарського засобу. Основною метою при ціноутворенні фірма визначає формування іміджу і швидке отримання прибутку. Яку стратегію ціноутворення використовує фірма:

a. Стратегія диференціації цін

b. -

c. Стратегія проникання

d. Стратегія наслідування лідера

e. Стратегія “зняття вершків”

151. Фармацевтична фірма вимушена відтворювати імідж у наслідок розповсюдження фірмою-конкурентом негативної інформації. Які засоби маркетингових комунікацій повинна використовувати фірма:

a. Мерчандайзинг

b. “паблік рілейшнз”

c. Реклама

d. Стимулювання збуту

е. Проведення презентацій

152. Фармацевтична фірма використовує для просування реклами на телебаченні, радіо, у періодичних виданнях. Яким чином може бути визначена ефективність проведених рекламних заходів:

a. -

b. Співставленням витрат на рекламу та приросту обсягу продажу

c. Ефективність оцінити неможливо

d. Аналізом споживацьких переваг

e. Аналізом інтенсивного збути

153. Маркетолог-фахівець проводить дослідження фармацевтичного ринку. Користуючись даними періодичної літератури він розраховує можливу ємність ринку, визначає рівень захворюваності і можливий попит на препарат з огляду на статистичні довідки. Який вид маркетингових досліджень використовує маркетолог:

a. Опитування

b. Кабінетні дослідження

c. Спостереження

d. Польові дослідження

e. Панельні дослідження

154. Фармацевтична фірма провела сегментування регіонального ринку протигістамінних препаратів за віковою ознакою. Вона встановила, що лікарські засоби для дітей відсутні. Фірма буде розглядати даний сегмент як:

a. Ринкову частку

b. Сегмент, не привабливий для фірми

c. Ринкову нішу

d. Сегмент, що вимагає подальших досліджень

e. Ринкові двері

155. Виробнича фармацевтична фірма „Елема” створила свій фірмовий аптечний заклад. У даному випадку вона використовує канал розподілу:

a. Другого рівня

b. Першого рівня

c. Нульового рівня

d. Третього рівня

e. Четвертого рівня

156. Ефективність діяльності фармацевтичної фірми поступово поліпшилась завдяки позитивним змінам в зовнішньому середовищі. Вкажіть фактор, що вплинув на організацію:

a. Мета

b. Структура

c. Кадри

d. Технологія

e. Стан економіки

157. На зборах завідувачів аптек, що відбулися в ЦРА № 8 обговорювались нові правила відпуску деяких лікарських препаратів. Комунікації між відділами і підрозділами організації-це:

a. Міжрівневі комунікації

b. Внутрішні горизонтальні організаційні комунікації

- c. Неформальні організаційні комунікації
- d. Зовнішні організаційні комунікації
- e. Внутрішні вертикальні організаційні комунікації

158. Який тип ринку характеризується такими умовами: наявністю великої кількості продавців та покупців, які не впливають на рівень поточних цін; наявністю однорідних та взаємозамінних конкуруючих товарів; відсутністю цінових обмежень:

- a. Ринок чистої конкуренції
- b. Олігополістичний ринок
- c. Ринок з плановим регулюванням
- d. Ринок чистої монополії
- e. Ринок монополістичної конкуренції

159. Регулювання стимулів праці, які спонукають до виконання певної роботи, у теорії управління називається функцією:

- a. Заохочення
- b. Мотивації
- c. Організації
- d. Планування
- e. Контролю

160. Підприємство фармацевтичного профілю, що досягло високих показників обсягів збуту власної продукції і визнання покупців дістане максимальний прибуток на наступному етапі життєвого циклу:

- a. Етапі росту
- b. Етапі впровадження на ринок
- c. Етапі зрілості
- d. Етапі спаду
- e. Етап випробування

161. Чи встановлюється випробувальний термін при прийнятті на роботу осіб, що не досягли 18 років

- a. Встановлюється на 1 рік
- b. Встановлюється на 6 місяців
- c. Встановлюється тільки зі згоди виробника
- d. Встановлюється на 1 місяць
- e. Не встановлюється

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

- a. Сдача отчета.
- b. Сбор и анализ вторичной информации;
- c. Анализ данных первичной информации;
- d. Сбор первичной информации;
- e. Подготовка отчета;

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

- a. Открытым вопросам

- b. Вопросы шкалы оценок [графические]
- c. Вопросы пунктирной рейтинговой шкалы

d. Закрытым вопросам

- e. Закрытым и открытым вопросам

164. 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. Увеличение ассортимента фирмы.

b. Завоевание лидерства по качеству продукции;

- c. Сохранение существующего положения;
- d. Обеспечение выживаемости фирмы;
- e. Увеличение доли рынка;

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

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

- a. Сувенирная реклама

b. Прямая адресная реклама

- c. Реклама в прессе
- d. Внешняя реклама
- e. Реклама на телевидении

167. Фармацевтическая фирма “Адонис” продолжает выпускать слабительный препарат. Стадия жизненного цикла препарата, характеризуемая снижением темпа роста продаж, стабилизацией прибыли, увеличением расходов на стимулирование сбыта называется:

- a. Насыщением

b. Зрелость

- c. Спадом
- d. Ростом
- e. Внедрение

168. Фармацевтична фірма „Белладонна“ використовує послуги посередника, що працює з фірмою за певною угодою і здійснює операції за її рахунок, при цьому йому надано виняткове право збути товарів фірми в окремих регіонах. Цей посередник:

a. Оптовий агент

- b. Комісіонер

- c. Дилер
- d. Брокер
- e. Консигнатор

169. Фармацевтичні працівники вирішили організувати господарське товариство. Вкажіть, у чому сутність товариства з обмеженою відповідальністю?

- a. Товариство, учасники якого несуть додаткову солідарну відповідальність за зобов'язання товариства усім своїм майном
- b. Товариство, учасники якого несуть відповідальність у межах своїх внесків, а при недостатності цих сум належним їм майном у однаковому для всіх учасників
- c. Товариство, учасники якого несуть відповідальність по боргам у межах своїх внесків**
- d. Товариство, учасники якого несуть додаткову солідарну відповідальність усім своїм майном, а вкладники-лише у межах вкладу
- e. Товариство, учасники якого несуть повну відповідальність.

170. При організації акціонерного товариства між засновниками виникла дискусія стосовно матеріальної відповідальності. Яка, на Вашу думку, матеріальна відповідальність у членів акціонерного товариства?

- a. Необмежена і солідарна
- b. В межах належних їм акцій**
- c. Внесками до статутного фонду і належним їм майном
- d. У межах подвійної суми вкладів
- e. У межах вкладів

171. Завідувач аптеки для впливу на колектив працівників та окремих виконавців вирішив використати різні методи менеджменту. Які з них належать до соціально-психологічних методів менеджменту?

- a. Процес нарахування заробітної плати працівникам відділу збути
- b. Матеріальні стимули, які базуються на використанні посадових окладів, доплат, надбавок, премій тощо
- c. План покращання умов праці на фармацевтичному підприємстві**
- d. Процес розподілу повноважень між керівниками технічного рівня управління
- e.

172. Відділом маркетингу фірми-виробника встановлено негативний попит на товар. Яким буде завдання щодо управління маркетингом та його вид?

- a. Вирівнювання попиту, синхромаркетинг
- b. Зниження попиту, демаркетинг
- c. Стимулювання попиту, стимулюючий маркетинг
- d. Формування попиту, конверсійний маркетинг**
- e. Підвищення попиту, ремаркетинг

173. За результатами атестації на визначення знань та практичних навичок працівнику відмовлено в присвоєнні звання "провізор загального профілю". Чи може дана особа обійтися посаду провізора?

- a. Її переводять на роботу в іншу організацію
- b. -
- c. Може за додаткових умов
- d. Її, без згоди, працевлаштовують на посаду фармацевта
- e. Не може**

174. Найпопулярнішою і широко використовуваною складовою системи маркетингових комунікацій є реклама. Що не повинна містити реклама лікарських засобів?

- a. Повну фармакологічну назву лікарського засобу та назву виробника
- b. Об'єктивну інформацію про лікарський засіб, подану так, щоб було зрозуміло, що наведене повідомлення є рекламою лікарського засобу

c. Дані про те, що ефект від вживання лікарського засобу є гарантованим

- d. Загальні застереження щодо застосування лікарських засобів і виробів медичного призначення
- e. Рекомендацію щодо обов'язкового ознайомлення з інструкцією до застосування, що додається до лікарських засобів

175. Фармацевтичний ринок поділяється на споживчий ринок і ринок організацій-споживачів. З яких суб'єктів формується споживчий ринок?

- a. З окремих осіб чи сімей, що купують лікарські засоби для задоволення особистих потреб
- b. Осіб, які купують лікарські засоби для продажу
- c. Підприємств-виробників готової продукції
- d. Окремих осіб, які купують продукти промислового призначення
- e. Підприємств, які закуповують лікарські засоби для їх подальшої реалізації споживачам

176. Новостворена ринкова структура, при якій орган управління – збори власників, пайовий внесок може бути як фінансовий, так і матеріальний, а відповідальність здійснюється в межах вкладеного внеску. Яку назву має дана структура?

- a. Товариство з необмеженою відповідальністю
- b. Командитне товариство
- c. Товариство з обмеженою відповідальністю
- d. Акціонерне товариство закритого типу
- e. Акціонерне товариство відкритого типу

177. Підприємство-виробник планує продавати новий лікарський засіб через оптові фармацевтичні фірми. Який вид каналу розподілу планується використати?

- a. Однорівневий канал
- b. Трирівневий канал
- c.
- d. Дворівневий канал
- e. Канал прямого маркетингу

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

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

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

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

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

181. Фармацевтична фірма з метою визначення ринкової ніши для свого товару, його особливостей і характерних рис, що відрізняють його від товарів – конкурентів використовувала

- a. Зміна маркетингової стратегії фірми
- b. Рекламу товару
- c. Сегментування ринку
- d. Визначення місткості ринку
- e. Позиціювання товару

182. Маркетолог фармацевтичної фірми, проводячи маркетингові дослідження ринку вітамінних препаратів по параметрах, що включає терапевтичну ефективність, попит та пропозицію, використовує наступний метод

- a. Графічний метод
- b. Метод математичної статистики
- c. Метод експертних оцінок
- d. Метод викопіювання первинної медичної документації
- e. –

183. Маркетолог фармацевтичної фірми з роздрібної реалізації лікарських засобів при аналізі прайс – листів оптових фірм, заводів – виробників до ключового фактору вибору постачальника відносить

- a. Асортиментно – цінову характеристику продукції
- b. Якість постпродажного сервісу
- c. Економічну кон'юнктуру
- d. Обсяг пропозиції
- e. Багатофункціональність товару

184. Завідувач – провізор у процесі ухвалення управлінського рішення з удосконалення фінансового положення центральної районної аптеки зібрав релевантну інформацію й установив симптоми утруднень — високі витрати і низька рентабельність. Дано дія характеризує етап розробки раціонального управлінського рішення як

- a. Вибір альтернатив
- b. Формулювання обмежень та критеріїв прийняття рішень.
- c. Визначення альтернатив
- d. Оцінка альтернатив
- e. Діагностика проблеми

185. У провізора аптеки Козменко І.В. виникла трудова суперечка з керівництвом аптеки з приводу переносу його щорічної відпустки. Куди повинен звернутися працівник для оскарження рішення адміністрації аптеки?

- a. До керівництва вищих органів управління фармслужбою на обласному рівні
- b. У профспілковий комітет
- c. У комісію з трудових суперечок (КТС)

- d. У МОЗ України
- e. До арбітражного суду

186. Із запропонованих принципів сегентації ринку виберіть принцип, який найчастіше застосовується при вивченні ринку лікарських засобів

- a. Поведінський
- b. Психографічний
- c. Соціально – економічний
- d. Демографічний**
- e. Психологічний

187. Українська фармацевтична фірма організувала за кордоном дочірнє підприємство. До якої форми організації міжнародного бізнесу це відноситься

- a. Ліцензування
- b. Прямий експорт
- c. Пряме володіння**
- d. Виробництво лікарських засобів за контрактом
- e. Спільне підприємство

188. Графік залежності "ціна – попит" представлений горизонтальною лінією. Вкажіть вид попиту?

- a. Еластичний
- b. Унітарний
- c. Абсолютно нееластичний
- d. Абсолютно еластичний**
- e. Нееластичний

189. Якому варіанту товарної стратегії властиве виведення на ринок товару, розрахованого на найбільші сегменти ринку та на найбільшу кількість покупців:

- a. Концентрований маркетинг
- b. Диференційований маркетинг
- c. Недиференційований маркетинг**
- d. Диверсіфікація
- e. Варіація

190. У якій фазі життєвого циклу лікарського засобу обсяг його продажу є максимальним ?

- a. Росту
- b. Виходу на ринок
- c. Спаду
- d. Насичення
- e. Зрілості**

191. Сукупність принципів, які визначають правила поведінки фармацевтичних працівників, – це

- a. Соціальна відповідальність
- b. Культура
- c. Деонтологія
- d. Етикет
- e. Етика**

192. Який тип каналу товароруху продукції медичного призначення є найкоротшим?

- a. Нульовий**
- b. Трирівневий

- c. Однорівневий
- d. Дворівневий
- e. Чотирирівневий

193. До якого виду документообігу відносяться документи особового складу організації?

- a. Фармацевтичного
- b. Розпорядчого
- c. Довідково – інформаційного
- d. Управлінського**
- e. Наукового

194. Який серед наведених груп лікарських засобів притаманний "сезонний" вид життєвого циклу

- a. Антиblastомні
- b. Противірусні**
- c. Антидіабетичні
- d. Антикоагулянти
- e. Анabolічні

195. Фармацевтична фірма, бажаючи зміцнити свої ринкові позиції в умовах конкурентного середовища, вирішує при здійсненні товарної політики використовувати товарні марки. Для чого призначена товарна марка?

- a. Обґрунтування більш високої ціни на лікарський засіб
- b. Забезпечення лікарським засобам необхідної якості
- c. Диференціювання лікарських засобів на ринку серед лікарських засобів конкурентів**
- d. Всі відповіді вірні
- e. Вірної відповіді немає

196. Регіональний медичний представник іноземної фірми для характеристики територіального фармацевтичного ринку використає дані періодичної преси та довідково – статистичної літератури. Який вид дослідження ринку ґрунтуються на використанні вказаних джерел?

- a. Не відноситься до досліджень
- b. Польові дослідження
- c. Кабінетні дослідження**
- d. Всі відповіді правильні
- e. Правильної відповіді немає

197. При формуванні системи маркетингових комунікацій фірма повинна враховувати характеристики кожного із засобів просування лікарського засобу на ринку. Яка з нижченаведених характеристик властива реклами?

- a. Немасова комунікація
- b. Всі відповіді правильні
- c. Правильної відповіді немає
- d. Знеособленість (не особиста комунікація)**
- e. Двохстороння комунікація

198. Керівник аптеки не погоджується зі змістом акту обстеження аптеки. Які дії керівника є правомірними в даній ситуації

- a. Керівник підписує акт і направляє скаргу у вищу організацію**
- b. Керівник підписує акт, але письмово складає заперечення до акту
- c.

- d. Правильної відповіді немає
- e. Керівник не підписує акт

199. Завідувач аптеки при прийнятті на роботу провізора, уклав з ним трудовий договір і встановив випробувальний термін. Чи дозволяється розірвання трудового договору під час випробувального терміну

- a. Дозволяється, як виняток
- b. Як правило, не дозволяється
- c. Лише після закінчення випробувального терміну
- d. Не дозволяється
- e. Дозволяється**

200. Колективний договір укладається профспілковим комітетом від імені трудового колективу підприємства з власником. Форма укладання колективного договору – письмова. Який термін дії колективного договору?

- a. 1 рік**
- b. 3 роки
- c. Не регламентується
- d. за згодою сторін
- e. 2 роки

201. При укладанні трудового договору встановлено випробування з метою перевірки відповідності працівника дорученій йому роботі. Випробування не встановлюється при прийманні на роботу осіб, котрі не досягли

- a. 21 року
- b. 18 років**
- c. 22 років
- d. 20 років
- e. 19 років

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

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

203. 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

204. При аналізі показників реалізації лікарського препарату спостерігається розширення ринку, абсолютний зріст запасів препарату у виробника, зниження темпів росту продаж, інтенсивна

конкуренція. На якому етапі життєвого циклу товару знаходиться лікарський препарат

- a. зростання
- b. Впровадження
- c. зрілість**
- d. Розробка
- e. Насичення та спадання

205. На цей час у теорії менеджменту виділяють чотири найважливіші підходи до управління.

Вкажіть підхід, який не використовується у теорії менеджменту

- a. Підхід з позицій виділення різних шкіл

b. Структурний

- c. Системний
- d. Процесний
- e. Ситуаційний

206. Завідуючий аптечним підприємством з метою уточнення умов поставки лікарських препаратів телефонує менеджеру оптової фармацевтичної фірми. До якого типу відносяться дані комунікації

- a. Межрівневі
- b. Горизонтальні
- c. Внутрішні
- d. Вертикальні

e. зовнішні

207. Фірма здійснює аналіз маркетингового “портфеля” на основі матриці “Бостон консалтинг груп”. Яка пріоритетна маркетингова стратегія може бути використана фірмою для лікарського засобу, що перебуває в ранзі “Дійна корова”?

- a. Лікарський засіб із високою часткою ринку або такою, що інтенсивно зростає, потребує значних коштів для фінансування росту, приносить прибутки або має потенціал значних прибутків
- b. Усі відповіді правильні
- c. Лікарський засіб із низькою часткою на ринках, що повільно зростають
- d. Лікарський засіб із низькою ринковою часткою на ринках, які швидко розвиваються

e. Лікарський засіб займає позицію стабільного лідера на доволі зрілому ринку

208. При розробленні нового лікарського засобу фірма – виробник може орієнтуватися на різні стратегії використання товарних марок. Яку назву має стратегія, при якій фірма використовує одну назуву для всіх своїх препаратів?

- a. Марок для окремих препаратів
- b. Індивідуальних марок
- c. Групових марок**
- d. Поєднання фіrmового імені з індивідуальною маркою препарату
- e. Багатомарочного підходу

209. Споживачі з довірою сприймають нові безрецептурні лікарські засоби, якщо вони з'являються на ринку під добре відомою товарною маркою. Яке значення має ціна препарату для споживача, якщо існує стійка прихильність до марки?

- a. Споживач звертає увагу на ціну, якщо на ринку з'явився біологічно еквівалентний препарат іншого відомого виробника
- b. Споживач насамперед звертає увагу на ціну
- c. Ціна не має вирішального значення**
- d. Всі відповіді вірні

е. Вірної відповіді немає

210. Рекламну діяльність в галузі фармації контролює і регламентує держава, зокрема Закон України "Про рекламу". Які відомості не заборонено розміщувати в рекламі про лікарські засоби?

a. Інформацію щодо використання або застосування безрецептурних лікарських засобів

b. Інформацію про те, що лікувальний ефект від приймання лікарського засобу є абсолютно гарантований

c. Інформацію про те, що косметичні засоби, харчові продукти, вітамінні чи інші харчові домішки мають лікувальні властивості, якщо наявність таких властивостей не доведена за встановленим порядком

d. Відомості про те, що лікарський засіб є продуктом харчування, косметичним чи іншим продуктом для вживання

e. Відомості, які можуть спровоцирувати враження, що за умови вживання лікарського засобу медична консультація з фахівцем не є необхідною

211. Однією з важливих характеристик ринку є товарна кон'юнктура. Для якого виду товарної кон'юнктури характерні відносна стійкість високих цін і найбільша активність споживачів та постачальників?

a. Низької кон'юнктури

b. Високої (стабільної) кон'юнктури

c. Спадаючої кон'юнктури

d. затихаючої кон'юнктури

e. Млявої кон'юнктури

212. Провізор після закінчення вузу приступив до роботи у відділі збути оптової фармацевтичної фірми. Які основні завдання цього функціонального підрозділу суб'єкта господарювання?

a. Він вирішує задачі, які ліки і на яких умовах закупити.

b. Він вирішує задачі, кому, скільки і на яких умовах реалізувати лікарські засоби

c. Він вирішує задачі, які ліки закупити, скільки закупити і чим зацікавити можливого покупця

d. Ним вирішуються задачі, в кого, на яких умовах і коли закупити лікарські засоби

e. Ним вирішуються задачі, в кого закупити і як реалізувати лікарські засоби

213. Фармацевтична фірма планує запропонувати нові лікарські засоби на існуючому ринку. Якою маркетинговою можливістю скористається фірма?

a. Розширення меж ринку

b. Глибшого проникнення на ринок

c. Розвитку асортименту лікарських засобів

d. Диверсифікації виробництва

e. Інтеграції виробництва

214. Попит на лікарські засоби залежить від багатьох факторів. Який з факторів не впливає на еластичність попиту?

a. Обсяг збути лікарських засобів

b. Важливість ліків для споживача

c. Період для прийняття рішення стосовно придбання препарату

d. Питома вага препарату в доході споживача

e. Взаємозамінність препарату

215. Комуунікації – це процес обміну інформацією. Комуунікації між відділами і підрозділами організації це

- a. Внутрішні вертикальні організаційні комунікації
- b. Міжрівневі комунікації
- c. Зовнішні організаційні комунікації
- d. Неформальні організаційні комунікації
- e. Внутрішні горизонтальні організаційні комунікації**

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

- a. Сравнение результатов со стандартами и выявление отклонений
- b. Изменение стандартов и корректировка действий
- c. –
- d. Выбор метода контроля**
- e. Разработка стандартов и критериев

217. Шлях від виробника до кінцевого споживача лікарський засіб проходить за схемою: виробник – – – > гуртова фірма – – – > аптека – – – > кінцевий споживач. Визначте рівень канал збуту

- a. Однорівневий канал
- b. Канал нульового рівня
- c. Чотирьохрівневий канал
- d. Дворівневий канал**
- e. Трирівневий канал

218. Якому поняттю відповідає дане твердження: "... – це визначення особливостей товару, характерних рис, що відрізняють даний товар від аналогічних товарів – конкурентів":

- a. Позиціонування товару**
- b. Якість товару
- c. Споживча цінність товару
- d. Попит на товар
- e. Асортимент товару

219. В управлінні фармацевтичною фірмою використовуються американський та японський підходи. Виберіть характерну ознаку японської моделі управління

- a. Колективна відповідальність**
- b. Швидка оцінка і просування на посаді
- c. Короткотермінова зайнятість
- d. Чітко формалізована структура управління
- e. Індивідуальний процес прийняття рішень

220. Препарат А перебуває на стадії насичення. З метою підвищення інтенсивності продажу керівництво фірми – виробника вирішило використати наступний вид реклами

- a. Паблік рілейшнз
- b. Агресивну**
- c. Персональний продаж
- d. Інформаційну
- e. Стимулювання продажу

221. 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. Разделение рынка на относительно однородные группы потребителей и ориентация**

деятельности на те сегменты, где предприятие имеет лучшие потенциальные возможности

- b. Выход на сегменты рынка с наибольшей конкуренцией
- c. Изучение потребностей потребителей и состояния спроса на товар
- d. Развитие системы продвижения товаров
- e. Необходимость проведения инновационной деятельности, развития творческого подхода к хозяйственным проблемам

222. Фармацевтична фірма використовує для просування рекламу на телебаченні, радіо, у періодичних виданнях. Яким чином може бути визначена ефективність проведених рекламних заходів

- a. Аналізом інтенсивного збуту
- b. –
- c. Аналізом споживацьких переваг
- d. Ефективність оцінити неможливо
- e. Співставленням витрат на рекламу та приросту обсягу продажу**

223. Маркетолог – фахівець проводить дослідження фармацевтичного ринку. Користуючись даними періодичної літератури він розраховує можливу ємність ринку, визначає рівень захворюваності і можливий попит на препарат з огляду на статистичні довідки. Який вид маркетингових досліджень використовує маркетолог

a. Кабінетні дослідження

- b. Спостереження
- c. Опитування
- d. Панельні дослідження
- e. Польові дослідження

224. Лікарський препарат на матриці „Бостон консалтинг груп” відноситься до групи товарів під загальною назвою „дійні корови”. На якій стадії життєвого циклу він знаходиться

- a. Виходу з ринку
- b. Зріlostі**
- c. Спадання
- d. Впровадження на ринок
- e. Зростання

225. Провізору було видано заробітну платню в підвищенному розмірі з урахуванням роботи в нічний час. За роботу в який саме час була здійснена доплата

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

226. На зборах завідувачів аптек, що відбулися в ЦРА № 8 обговорювались нові правила відпуску деяких лікарських препаратів. Комунікації між відділами і підрозділами організації – це

- a. Внутрішні вертикальні організаційні комунікації
- b. Міжрівневі комунікації
- c. Зовнішні організаційні комунікації
- d. Неформальні організаційні комунікації
- e. Внутрішні горизонтальні організаційні комунікації**

227. Фахівцями відділу маркетингу фармацевтичної фірми, що впроваджує на ринок новий антидіабетичний препарат, було проведено анкетування 230 лікарів ендокринологів. Який метод маркетингових досліджень використаний?

- a. Спостереження
- b. Панель
- c. Тестування
- d. Опитування**
- e. Експеримент

228. Завідувач – провізор у процесі ухвалення управлінського рішення по удосконалюванню господарсько – фінансового положення центральної районної аптеки зібрав релевантну інформацію й установив симптоми утруднень — високі витрати і низька рентабельність. Дані дія характеризує етап розробки раціонального управлінського рішення

- a. Діагностика проблеми**
- b. Оцінка альтернатив
- c. Формулювання обмежень прийняття рішень.
- d. Вибір альтернатив
- e. Визначення альтернатив

229. Який тип ринку характеризується такими умовами: наявністю великої кількості продавців та покупців, які не впливають на рівень поточних цін; наявністю однорідних та взаємозамінних конкуруючих товарів; відсутністю цінових обмежень

- a. Ринок чистої монополії
- b. Ринок з плановим регулюванням
- c. Ринок монополістичної конкуренції
- d. Олігополістичний ринок
- e. Ринок чистої конкуренції**

230. Регулювання стимулів праці, які спонукають до виконання певної роботи, у теорії управління називається функцією

- a. Контроль
- b. Заохочення
- c. Планування
- d. Організації
- e. Мотивації**

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

- a. Закрытым и открытым вопросам
- b. Открытым вопросам
- c. Закрытым вопросам**
- d. Вопросы шкалы оценок [графические]
- e. Вопросы пунктирной рейтинговой шкалы

232. Фармацевтическая фирма “Адонис” продолжает выпускать слабительный препарат. Стадия жизненного цикла препарата, характеризуемая снижением темпа роста продаж, стабилизацией прибыли, увеличением расходов на стимулирование сбыта называется

- a. Ростом
- b. Внедрение

с. Насыщением

d. Зрелость

е. Спадом

233. Фармацевтична фірма „Белладонна” використовує послуги посередника, що працює з фірмою за певною угодою і здійснює операції за її рахунок, при цьому йому надано виняткове право збути товарів фірми в окремих регіонах. Цей посередник

а. Брокер

б. Дилер

с. Консигнатор

д. Комісіонер

е. Оптовий агент

234. Фармацевтичні працівники вирішили організувати господарське товариство. Вкажіть, у чому сутність товариства з обмеженою відповідальністю?

а. Товариство, учасники якого несуть відповідальність по боргам у межах своїх внесків

б. Товариство, учасники якого несуть додаткову солідарну відповідальність за зобов'язання товариства усім своїм майном

с. Товариство, учасники якого несуть повну відповідальність

д. Товариство, учасники якого несуть додаткову солідарну відповідальність усім своїм майном, а вкладники – лише у межах вкладу

е. Товариство, учасники якого несуть відповідальність у межах своїх внесків, а при недостатності цих сум належним їм майном у однаковому для всіх учасників

235. Завідувач аптеки для впливу на колектив працівників та окремих виконавців вирішив використати різні методи менеджменту. Які з них належать до соціально – психологічних методів менеджменту?

а. Процес розподілу повноважень між керівниками технічного рівня управління

б.

с. Матеріальні стимули, які базуються на використанні посадових окладів, доплат, надбавок, премій тощо

д. Процес нарахування заробітної плати працівникам відділу збути

е. План покращання умов праці на фармацевтичному підприємстві

236. За результатами атестації на визначення знань та практичних навичок працівнику відмовлено в присвоєнні звання “провізор загального профілю”. Чи може дана особа обійтися посаду провізора?

а. Не може

б. Її, без згоди, працевлаштовують на посаду фармацевта

с. –

д. Її переводять на роботу в іншу організацію

е. Може за додаткових умов

237. Найпопулярнішою і широко використовуваною складовою системи маркетингових комунікацій є реклама. Що не повинна містити реклама лікарських засобів?

а. Рекомендацію щодо обов'язкового ознайомлення з інструкцією до застосування, що додається до лікарських засобів

б. Дані про те, що ефект від вживання лікарського засобу є гарантованим

с. Повну фармакологічну назву лікарського засобу та назву виробника

д. Об'єктивну інформацію про лікарський засіб, подану так, щоб було зрозуміло, що наведене

повідомлення є рекламиою лікарського засобу

е. Загальні застереження щодо застосування лікарських засобів і виробів медичного призначення

238. Процес вироблення управлінського рішення здійснюється поетапно. Що з даних тверджень відноситься до одного з етапів процесу вироблення управлінського рішення(

- a. Управління неформальною групою
- b. Застосування теорії очікувань
- c. Делегування повноважень
- d. Виявлення та оцінка альтернатив розв'язання проблеми**
- e. Контролювання та регулювання

239. 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**

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

241. Однією з функцій менеджменту є мотивування. Мотив визначається як

- a. Те, що людина вважає цінним для себе
- b. Психологічні якості людей, які дозволяють засвоювати певні знання
- c. –
- d. Усвідомлене спонукання до певних дій**
- e. Відчуття певного дискомфорту, нестачі чого – небудь

242. Місця розташування ліків у торговому залі аптеки можна розділити на дві категорії – сильні і слабкі місця. Які місця розташування ліків є слабкими?

- a. Перетинання рядів полиць
- b. Простір біля каси
- c. Місця з гарним фронтальним оглядом
- d. Місця на нижніх полицях**
- e. Полиці з правої сторони в напрямку руху покупців

243. Провізор – інтерн після закінчення вузу влаштувався на роботу в аптеку. Впродовж якого часу йому повинні оформити трудову книжку?

- a. Шести місяців
- b. П'яти днів**
- c. Одного дня
- d. Тижня
- e. Одного місяця

244. Процес стратегічного планування маркетингу складається з послідовних етапів. Що відносять до етапів процесу стратегічного планування?

a. Опрацювання бюджету

b. Формулювання місії і мети фармацевтичного підприємства

c. Формулювання переліку завдань і проблем

d. Виклад поточної маркетингової ситуації

e. Розробка програми заходів

245. 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

e. Д.Вартон

246. Об'єктивність процесів управління вимагає поділу управлінської праці на фармацевтичному підприємстві. Що утворюється в результаті вертикального поділу праці?

a. Управлінські служби

b. Виробничі підрозділи

c. Технічний, управлінський та інституційний рівні управління

d. Неформальні групи

e. Схематичне зображення організації.

247. Фармацевтичний виробник здійснює добір посередників для доведення своїх лікарських засобів до споживача. Що розуміють під кількістю посередників, через яких лікарські засоби проходять на шляху від виробника до споживача?

a. Ешелонований розподіл.

b. Довжину каналу розподілу

c. Структуру каналу розподілу

d. Комбінований розподіл

e. Ширину каналу розподілу

248. Провізори аптеки здійснюють заходи з мерчандайзингу. Від чого не залежить оптимальність розміщення і викладки ліків та якість оформлення залу обслуговування?

a. Режиму роботи аптеки

b. Можливостей залу обслуговування

c. –

d. Корпоративного стилю виробника ліків і його рекламних акцій

e. Місця розташування аптеки

249. Фахівцями маркетингового відділу фармацевтичного підприємства розробляється сценарій телерекламного ролика. Яка послідовність ідеального сприйняття рекламного звернення?

a. Імпульс – – > увага – – > зацікавленість – – > бажання – – > вчинок

b. –

c. Зацікавленість – – > імпульс – – > увага – – > бажання – – > вчинок

d. Зацікавленість – – > увага – – > імпульс – – > бажання – – > вчинок

e. Увага – – > зацікавленість – – – > імпульс – – – > бажання – – – > вчинок

250. Підприємницька діяльність без державної реєстрації є незаконною. Ким здійснюється реєстрація підприємництва?

- a. Органами статистики
- b. Банком
- c. Державною податковою інспекцією
- d. Державною службою лікарських засобів і виробів медичного призначення
- e. Виконавчим комітетом міської (районної) ради народних депутатів

251. Сукупність вимог на товар з боку споживачів, яка підкріплена купівельною спроможністю, називається

- a. Маркетингом
- b. Попитом
- c. Рекламою
- d. Пропозицією
- e. Збутом

252. Оберіть вірне визначення поняття. Переконливий засіб інформації про товар або фірму, комерційна пропаганда споживчих якостей товару та належної діяльності фірми, засіб, який готове активного та потенційного споживача до купівлі, це

- a. Реклама
- b. Маркетинг
- c. Пропозиція
- d. Комунікації
- e. Торговий знак

253. Для аналізу маркетингових можливостей і прогнозування свого місця на ринку фармацевтична фірма може скористатися матрицею, при якій фірма може шукати нові ринки (географічні) чи виявляти нові сфери застосування традиційного ЛЗ. Таке призначення фармацевтичною фірмою власного місця на ринку здійснюється за допомогою

- a. Матриці Бостон консалтинг груп
- b. Матриці конкурентних переваг
- c. Моделі конкретних сил
- d. Матриці Ансоффа
- e. Матриці Портера

254. Процес, пов'язаний зі складанням документів, їх обробкою, проходженням, зберіганням, називається діловодством. Якщо вся документація проходить через єдиний центр організації – канцелярію, то така система діловодства має назву

- a. Референтна
- b. Спеціальна
- c. Децентралізована
- d. Змішана
- e. Централізована

255. При влаштуванні на роботу завідувач аптеки ознайомлює провізора з посадовою інструкцією. Такий вид комунікацій називається

- a. зовнішньою
- b. Висхідною
- c. Низхідною
- d. Неформальною

е. Невербальною

256. Для аналізу маркетингових можливостей і прогнозування свого місця на ринку фармацевтична фірма може скористатися матрицею Ансоффа. Яку маркетингову можливість може мати фірма, яка планує запропонувати нові продукти на нових ринках:

- a. Розширення меж ринку
- b. Глибокого проникнення у на ринок
- c. Диверсифікації**
- d. Розвитку лікарських засобів
- e. Інтенсифікації виробництва

257. Низка регіональних оптових фірм з метою здійснення закупівель ЛЗ в іноземних виробників створили тимчасове статутне об'єднання. Як називається таке об'єднання?

- a. Концерн
- b. Асоціація
- c. Синдикат
- d. Консорціум**
- e. Корпорація

258. Вивчення стану стратегічних господарських одиниць (лікарських засобів) фармацевтичної фірми, яке передбачає врахування їх ринкової частки та темпів зростання ринку, проводиться за допомогою:

- a. VEN – аналізу
- b. XYZ – аналізу
- c. Матриці Ансоффа
- d. Загальної конкурентної матриці Портера
- e. Матриці Бостон консалтинг груп**

259. Фармацевтична фірма – виробник встановлює ціну на лікарський засіб, враховуючи його собівартість та надбавку до собівартості. До якої моделі ціноутворення відноситься цей метод?

- a. Витратної**
- b. Моделі, що ґрунтуються на ринковому попиті
- c. Моделі беззбитковості
- d. Моделі, що ґрунтуються на пропозиції
- e. Конкурентної моделі

260. Сукупність організаційних, розпорядчих, дисциплінарних способів впливу керівника на виконавців відноситься до таких методів менеджменту:

- a. Економічних
- b. Галузевих
- c. Технологічних
- d. Соціально – психологічних
- e. Адміністративних**

261. Вкажіть назву розділу бізнес – плану, в якому викладено програму заходів, які сприятимуть збути лікарських засобів:

- a. Фінансовий план
- b. Вступ
- c. Виробничий план
- d. Резюме

e. План маркетингу

262. На якому етапі життєвого циклу лікарського засобу відбувається швидке нарощування обсягів його збути і визнання покупцями?

a. Етап зростання

- b. Етап зрілості
- c. Етап насичення
- d. Етап спаду
- e. Етап впровадження на ринок

263. Який вид маркетингу пов'язаний з наявністю негативного попиту на товари і послуги, тобто такої ситуації, за якої на значній частині потенційного ринку вони не знаходять свого покупця?

a. Конверсійний

- b. Ремаркетинг
- c. Демаркетинг
- d. Синхромаркетинг
- e. Стимулювальний

264. Відповідно до чинного законодавства, на підставі медичного висновку жінкам надається допологова відпустка у зв'язку з вагітністю тривалістю

a. 70 календарних днів до пологів

- b. 40 календарних днів до пологів
- c. 80 календарних днів до пологів.
- d. 30 календарних днів до пологів
- e. 50 календарних днів до пологів

265. Відділ маркетингу фармацевтичного підприємства “Луга – фарм” будує свою діяльність за чотирима основними напрямками маркетинг мікс. Вкажіть елемент комплексу маркетингу:

a. Політ

b. Пропозиція

c. Продукт

d. Панель

e. Споживач

266. Відділ маркетингу ВАТ “Луганський хіміко – фармацевтичний завод” склав матрицю з узагальненою оцінкою сильних та слабких сторін, можливостей та загроз для підприємства. Даною матрицею є основою для

a. VEN – аналізу

b. ABC – аналізу

c. SWOT – аналізу

d. ATC/DDD – аналізу

e. WWW – аналізу.

267. Компанія “Novartis” представляє на світовому ринку оригінальний антигіпертензивний препарат Diovan®, що знаходиться під патентним захистом. Відома компанія додала чималих зусиль зі створення іміджу зазначеного товару. Даний препарат можна ідентифікувати як

a. Бренд

b. Пост – оригінальний препарат

c. Комбінований препарат

d. Референтний препарат

е. Генеричний препарат

268. Правління ВАТ Луганський хіміко – фармацевтичний завод розробляє довготривалі та перспективні плани, встановлює стратегічні цілі підприємства. Представником якого рівня управління в ієрархії менеджменту є голова правління:

- а. Технічний рівень
- б. Управлінський рівень
- с. Інституційний рівень**
- д. Товарний рівень
- е. Збутовий рівень

269. Директора фармацевтичної фірми “Helychrisum” колеги вважають гарним організатором, достатньо жорстким та вимогливим до підлеглих. За останні роки підприємство стрімко нарощує обсяги виробництва продукції, а керівник особисто формулює задачі та контролює результати діяльності окремих підрозділів. Який стиль керівництва притаманний директору

- а. Анархічний.
- б. Директивний**
- с. Ліберальний
- д. Дистанційний
- е. Делегуючий

270. Директор фармацевтичної фірми “Фітофарм”, що останнім часом вимушена зменшувати обсяги виробництва та скорочувати товарний асортимент, не тільки не виявляє організаторських здібностей, але майже не цікавиться і практично не регулює діяльність підприємства. Визначте стиль керівництва, притаманний директору підприємства

- а. Демократичний
- б. Авторитарний
- с. Автократичний.
- д. Ліберальний**
- е. Директивний

271. На оптовій фармацевтичній фірмі “Медфарм” впроваджена система стимулювання праці менеджера, що реалізується нарахуванням бонусів за високі показники збуту з наступним матеріальним заохоченням. Таким чином, керівництво фірми використовує функцію управління

- а. Делегування
- б. Планування.
- с. Організація
- д. Контроль
- е. Мотивація**

272. Завідувач аптекою передав свої повноваження щодо формування асортименту, визначення обсягів, номенклатури та термінів закупівлі лікарських засобів та виробів медичного призначення заступнику. Така дія в теорії менеджменту називається

- а. Організація повноважень
- б. Знищення повноважень.
- с. Планування повноважень
- д. Контроль повноважень
- е. Делегування повноважень**

273. Директор фармацевтичної фірми “Calendula” з метою зниження підприємницького ризику

вирішив вилучити частину прибутку та вкласти гроші в ресторанний бізнес. Розподіл зусиль та капіталовкладень між різними видами діяльності, результати яких безпосередньо не пов'язані, має назву

a. Індексація.

b. Диверсифікація

c. Банкрутство

d. Страхування

e. Ліквідація

274. Фармацевтична фірма “Fitoprom” з метою збереження повного контролю за здійсненням торгових операцій на регіональному ринку свою збутою політику будує без застосування посередницької ланки. Метод збуту, що виключає послуги посередників, має назву

a. Змішаний

b. Комбінований

c. Прямий

d. Опосередкований

e. Непрямий.

275. Фармацевтична фірма “Cum Deo”, що останнім часом стрімко нарощує обсяги виробництва продукції, розраховуючи на сформований попит з боку українських споживачів, для організації збуту лікарських засобів користується послугами підприємства – посередника. Метод збуту, що передбачає застосування послуг посередника, має назву

a. Безпосередній

b. Комбінований

c. Непрямий

d. Багатоканальний

e. Прямий.

276. Запаси лікарських засобів, які знаходяться на складах різного типу як внутрішньофірмових, так і логістичних посередників, називаються

a. Складськими запасами

b. Оптовими поставками

c. Оптимізацією поставки продукції

d. Розподілом запасів продукції

e. “Товаром у дорозі”

277. Короткочасні спонукальні заходи заохочення посередників і споживачів до купівлі ліків (знижки, товарні кредити, підтримка постійних покупців, тощо) має назву

a. Лобіювання

b. Персональний продаж

c. Паблісіті

d. Стимулювання збуту лікарських засобів

e. Реклама

278. В аптекі впродовж місяця були встановлені знижки на лікарські засоби фармацевтичної фірми “Дарниця”. До якої складової маркетингових комунікацій відносяться такі заходи?

a. Мерчандайзинг

b. PR – діяльність

c. Пропаганда

d. Персональний продаж

e. Стимулювання збуту

279. Підприємство – виробник фармацевтичної продукції проводить контроль за її зберіганням та транспортуванням фірмами – логістичними посередниками. Такі заходи вживаються з метою

- a. Отримання ліцензії фірмою посередником
- b. Зовнішнього аудиту

c. Дотримання вимог належного збереження та транспортування продукції

- d. Дотримання вимог GLP
- e. Дотримання вимог GMP

280. Установите тип маркетингового контроля, если ответственными за его внедрение являются высшее руководство и ревизор по маркетингу, а как метод контроля используется ревизия маркетинга

- a. Контроль за реализацией
- b. Контроль прибыльности
- c. Стратегический контроль**
- d. Контроль рентабельности
- e.

281. Німецька фірма „Hexal” випустила на ринок антибіотик під торговою назвою Ципрогексал, яка включає міжнародну непатентовану назву і елемент назви фірми. Яка стратегія товарних марок була використана?

- a. Групових марок
- b. Індивідуальних марок
- c. Використання індивідуальних марок для окремих асортиментних груп
- d. Багатомарочного підходу
- e. Поєднання фіrmового імені з індивідуальною маркою препарату**

282. Який стиль поведінки в конфліктній ситуації передбачає часткове задоволення інтересів обох сторін шляхом взаємних поступок, зважаючи на усі „за” і „проти”?

- a. Стиль ухилення
- b. Стиль компромісу**
- c. Стиль домінування
- d. Стиль співпраці
- e. Стиль конкуренції

283. Аптека „Доброго дня” з метою збільшення обсягів продажу препаратів запровадила систему знижок, за якою при покупці лікарських засобів на суму 100 грн., споживачі отримують знижку 2%. Які маркетингові комунікації застосувала аптека?

- a. Стимулювання збуту, спрямоване на споживачів**
- b. Персональний продаж
- c. Стимулювання збуту, спрямоване на власний збутовий персонал
- d. „Паблік рілейшнз”, спонсорство
- e. Стимулювання збуту, спрямоване на фармацевтичних посередників

284. Економічна ситуація на ринку нестероїдних протизапальних лікарських засобів на основі диклофенаку натрію характеризується затоварюванням і зниженням цін. Такий вид кон'юнктури носить назву

- a. Підвищеної
- b. Спадної**

- c. Зростаючої
- d. Стандартної
- e. Високої

285. Відділом маркетингу фірми – виробника встановлено різке зниження рівня продажів лікарських засобів за певний період часу. Вкажіть вид маркетингу та завдання щодо управління маркетингом?

- a. Синхромаркетинг, вирівнювання попиту
- b. Демаркетинг, зниження попиту
- c. Протидіючий маркетинг, зниження попиту
- d. Ремаркетинг, підвищення попиту**
- e. Конверсійний маркетинг, формування попиту

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

- a. Рыночное окно
- b. Рынок потребителя
- c. Рыночная ниша**
- d. Товарный рынок
- e. Потенциальный рынок

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

- a. Услуга**
- b. Товар кратковременного использования
- c. Товар пассивного спроса
- d. Товар особого спроса
- e. Товар повседневного спроса

288. 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. Агент
- b. Дилер**
- c. Комиссионер
- d. Брокер
- e. Консигнатор

289. 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?

- a. Персональные продажи
- b. Реклама
- c. Паблик рилейшнз (PR)**
- d. Прямой маркетинг
- e. Стимулирование сбыта

290. 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 покупки рассчитан данный рекламный ролик

a. Эмоциональные

b. Нравственные

c. Моральные

d. Экономические

e. Рациональные

291. 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”

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

a. Совокупность принципов, методов, средств и форм управления хозяйственными организациями с целью повышения эффективности их работы и увеличения прибыли в условиях рыночных отношений

b. Процесс влияния на достижение целей фирмы

c. –

d. Концепция управления производственной и сбытовой деятельностью предприятия

e. Политика обеспечения принятия решений в организации

293. Эффективность работы заведующего аптекой зависит от использования самоменеджмента.

Из представленного выберите одну из составляющих самоменеджмента заведующего аптекой

a. Обеспечение наличия ассортимента лекарственных средств в аптеке

b. Текущий контроль за работой провизоров аптеки

c. Прием и увольнение сотрудников

d. Организация рабочего места

e. Деловые контакты с государственными и контролирующими органами

294. 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 форма объединения носит название

a. Картель

b. Трест

c. Конгломерат

d. Синдикат

e. Холдинг

295. 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. Рассовая принадлежность

d. Вероисповедание, религиозные взгляды

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

296. Руководитель оптовой фармацевтической фирмы с целью эффективного мотивирования торгового персонала и установления вознаграждения использует современные теории. Укажите одну из групп теорий мотивации:

a. Процессуальные

b. Первичные

c. Системные

d. Вторичные

e. Структурные

297. В акціонерному товаристві з виробництва і реалізації лікарських препаратів, створена структура для роботи з різними організаціями-споживачами. Дано організаційна структура є:

a. Бюрократичною

b. Дивізіональною

c. Департаменталізацією

d. Лінійно-функціональною

e. Матричною

298. Фармацевтична фірма орієнтується у своїй діяльності на реалізацію різноманітного асортименту продукції, різні групи споживачів і регіони. Який тип організаційної структури характерний для даної фірми?

a. Бюрократичний

b. Централізований

c. Децентралізований

d. Дивізіональний

e. Функціональний

299. Фармацевтичне підприємство з метою планування своєї діяльності аналізує витрати, визначає джерела їхнього покриття, розробляє план забезпечення прибутковості і ліквідності. За яким напрямком (розділом) бізнес-плану проводиться збір і аналіз відповідної інформації?

a. -

b. Фінансовий план

c. План виробництва продукції (виконання робіт, послуг)

d. План маркетингу

e. Резюме бізнес-плану

300. На фармацевтичному підприємстві комплексно використовують технічні і технологічні засоби використання інформації з метою підвищення ефективності управління виробничою, адміністративною діяльністю організації, підвищенню продуктивності праці, удосконалення методів планування і регулювання процесами управління. Усе це здійснюється з застосуванням:

a. Автоматизована система управління

b. Автоматизована навчально-контролююча система

c. Автоматизована інформаційно-пошукова система

d. Інформаційно-управлінська система

e. Автоматизоване робоче місце

301. Фахівцями відділу маркетингу фармацевтичної фірми, що впроваджує на ринок новий антідіабетичний препарат, було проведено анкетування 230 лікарів ендокринологів. Який метод

маркетингових досліджень використаний?

a. Опитування

b. Експеримент

c.

d. Панель

e. Спостереження

302. Фармацевтична фірма з метою визначення ринкової ніши для свого товару, його особливостей і характерних рис, що відрізняють його від товарів-конкурентів використовувала:

a. Визначення місткості ринку

b. Сегментування ринку

c. **Позицювання товару**

d. Зміна маркетинової стратегії фірми

e. Рекламу товару

303. Проведення маркетингових досліджень по окремих фармацевтических групах передбачає збір і аналіз первинної інформації, що відноситься до наступного методу маркетингових досліджень:

a. “польові” дослідження

b. дослідження ринку лікарських засобів

c. дослідження збутової мережі фармацевтичного ринку

d. дослідження споживачів лікарських засобів

e. “кабінетні” дослідження

304. Завідувач-провізор у процесі ухвалення управлінського рішення з удосконалення фінансового положення центральної районної аптеки зібрав релевантну інформацію й установив симптоми утруднень — високі витрати і низька рентабельність. Дано дія характеризує етап розробки раціонального управлінського рішення як:

a. Визначення альтернатив

b. Вибір альтернатив

c. Формулювання обмежень та критеріїв прийняття рішень

d. **Діагностика проблеми**

e. Оцінка альтернатив

305. Оптово-посередницька фірма, яка співпрацює з закордонними партнерами, з метою досягнення комерційного успіху, проводить ряд заходів, що сприяють формуванню власного позитивного іміджу. Який вид професійної етики використовує фірма?

a. Фармацевтична етика

b. Етика керівника

c. Етика підлеглого

d. **Етика бізнесу**

e. Фармацевтична деонтологія

306. У провізора аптеки Козменко І.В. виникла трудова суперечка з керівництвом аптеки з приводу переносу його щорічної відпустки. Куди повинен звернутися працівник для оскарження рішення адміністрації аптеки ?

a. до арбітражного суду

b. **у комісію з трудових суперечок(КТС)**

c. до керівництва вищих органів управління фармслужбою на обласному рівні

d. у профспілковий комітет

e. у МОЗ України

307. Ринок характеризується такими умовами: наявністю великої кількості продавців та покупців, які не впливають на рівень поточних цін; наявністю однорідних та взаємозамінних конкуруючих товарів; відсутністю цінових обмежень. Вкажіть тип ринку:

- a. Олігополістичний ринок
- b. Ринок монополістичної конкуренції
- c. Ринок чистої конкуренції
- d. Ринок чистої монополії
- e. -

308. Українська фармацевтична фірма організувала за кордоном дочірнє підприємство. До якої форми організації міжнародного бізнесу це відноситься:

- a. Виробництво лікарських засобів за контрактом
- b. Спільне підприємство
- c. Прямий експорт
- d. Ліцензування
- e. Пряме володіння

309. Регулювання стимулів праці, які спонукають до виконання певної роботи, у теорії управління називається функцією:

- a. Планування
- b. Контроль
- c. Координації
- d. Мотивації
- e. Організації

310. Якому варіанту товарної стратегії властиве виведення на ринок товару, розрахованого на найбільші сегменти ринку та на найбільшу кількість покупців:

- a. Диференційований маркетинг
- b. Диверсіфікація
- c. Варіація
- d. Недиференційований маркетинг
- e. Концентрований маркетинг

311. Якому поняттю відповідає твердження: "... - це сфера обміну, що характеризується системою економічних відносин між виробниками та споживачами товарів"

- a. Менеджмент
- b. Ринок
- c. Збут
- d. Маркетинг
- e. Угода

312. Який із препаратів-аналогів є найбільш конкурентоспроможним, якщо у результаті визначення їх коефіцієнтів конкурентоспроможності отримані такі результати

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

313. Який тип каналу товароруху продукції медичного призначення є найкоротшим?

a. Чотирирівневий

b. Дворівневий

c. Однорівневий

d. Нульовий

e. Трирівневий

314. До якого виду документообігу відносяться документи особового складу організації ?

a. Наукового

b. Фармацевтичного

c. Управлінського

d. Розпорядчого

e. Довідково-інформаційного

315. Який серед наведених груп лікарських засобів притаманний "сезонний " вид життєвого циклу

a. Противірусні

b. Антидіабетичні

c. Антиblastомні

d. Анаболічні

e. Антикоагулянти

316. Фармацевтичне підприємство, враховуючи що охорона здоров'я надає першочергового значення якості лікарських засобів, спрямувало свої зусилля на покращення якісних характеристик препарату. Яку концепцію управління маркетингом використовує фірма?

a. Удосконалення виробництва

b. Всі відповіді вірні

c. Правильної відповіді немає

d. Удосконалення товару

e. Сучасного маркетингу

317. Регіональний медичний представник іноземної фірми для характеристики територіального фармацевтичного ринку використає дані періодичної преси та довідково-статистичної літератури. Який вид дослідження ринку ґрунтуються на використанні вказаних джерел?

a. Польові дослідження

b. Всі відповіді правильні

c. Правильної відповіді немає

d. Кабінетні дослідження

e. Не відноситься до досліджень

318. Під час працевлаштування на роботу на конкретну посаду молодого фахівця ознайомлюють з його правами та обов'язками. Яким документом регулюються права і обов'язки аптечних працівників?

a. Вірної відповіді немає

b. Посадовою інструкцією

c. Кодексом законів про працю

d. Внутрішнім трудовим розпорядком

e. Всі відповіді вірні

319. Керівник аптеки не погоджується зі змістом акту обстеження аптеки. Які дії керівника єправомірними в даній ситуації

a. Правильної відповіді немає

- b.
- c. Керівник не підписує акт
- d. Керівник підписує акт, але письмово складає заперечення до акту
- e. Керівник підписує акт і направляє скаргу у вищу організацію**

320. Завідувач аптеки при прийнятті на роботу провізора, уклав з ним трудовий договір і встановив випробувальний термін. Чи дозволяється розірвання трудового договору під час випробувального терміну

- a. Як правило, не дозволяється

b. Дозволяється

- c. Не дозволяється
- d. Лише після закінчення випробувального терміну
- e. Дозволяється, як виняток

321. Колективний договір укладається профспілковим комітетом від імені трудового колективу підприємства з власником. Форма укладання колективного договору – письмова. Який термін дії колективного договору?

- a. 2 роки
- b. за згодою сторін
- c. не регламентується
- d. 1 рік**
- e. 3 роки

322. Фармацевтична оптова фірма для стимулювання збуту товару представляє своїм клієнтам знижку на основі соціальної домовленості і при умові їх постійності як клієнтів. Визначте вид знижки:

- a. бонусна**
- b. сезонна
 - c. -
 - d. знижки за кількість товару, який купують
 - e. ділерська

323. Службою маркетингу здійснено перевірку результатів роботи фармацевтичної фірми на підставі вивчення даних реалізації середньострокових планів, розвитку ринкових сегментів, контролю бюджету та фінансовий аналіз. Даний рівень маркетингового контролю є:

- a. контроль стратегічного планування
- b. контроль оперативного планування
- c. контроль глобальних цілей та стратегій фірм
- d. контроль планових гіпотез та прогнозів
- e. контроль тактичного планування**

324. На цей час у теорії менеджменту виділяють чотири найважливіші підходи до управління. Вкажіть підхід, який не використовується у теорії менеджменту

- a. системний
- b. процесний
- c. структурний**
- d. ситуаційний
- e. підхід з позицій виділення різних шкіл

325. Провізор аптечного підприємства звільнився за власним бажанням і приступив до роботи

менеджером оптової фармацевтичної фірми. До якого виду відноситься такий рух кадрів?

a. підвищення на посаді

b. ротація кадрів

c. плинність кадрів

d. вербування кадрів

e. підвищення кваліфікації

326. Відома фармацевтична фірма на ліцензійній основі передає право використовувати свій товарний знак невеликому підприємству. Вкажіть назгу цієї дії:

a. Комплектування

b. Експеримент

c. Мерчандайзинг

d. Сертифікація

e. Франчайзинг

327. Фармацевтичне підприємство після реєстрації повинно відкрити рахунок у банку. Який з перелічених нижче документів не є підставою для відкриття рахунку в банку підприємством – юридичною особою?

a. Заява на відкриття рахунку, підписана керівником та головним бухгалтером

b. Свідоцтво про державну реєстрацію

c. копія установчого договору

d. Копія документа, що підтверджує взяття підприємства на податковий облік

e. Картка із зразками підписів осіб, які будуть підписувати і розпоряджатися фінансовими документами

328. Діяльність керівника пов'язана з прийняттям управлінських рішень, які спрямовані на досягнення цілей організації. Які з наведених рішень не відносяться до таких, що класифікують за способом обґрунтування?

a. інтуїтивні

b. раціональні

c. вірної відповіді немає

d. стандартні

e. рішення, що базуються на висновках

329. За ініціативою фірми-виробника вносяться зміни в аннотацію препарату з метою обмеження його використання. Який вид маркетингу використовує фірма у даному випадку?

a. синхромаркетинг

b. стимулюючий маркетинг

c. конверсійний маркетинг

d. ремаркетинг

e. протидіючий маркетинг

330. При розробленні нового лікарського засобу фірма-виробник може орієнтуватися на різні стратегії використання товарних марок. Яку назгу має стратегія, при якій фірма використовує одну назгу для всіх своїх препаратів?

a. поєднання фіrmового імені з індивідуальною маркою препарату

b. багатомарочного підходу

c. індивідуальних марок

d. марок для окремих препаратів

e. групових марок

331. Рекламну діяльність в галузі фармації контролює і регламентує держава, зокрема Закон України "Про рекламу". Які відомості не заборонено розміщувати в рекламі про лікарські засоби?

- a. інформацію про те, що лікувальний ефект від приймання лікарського засобу є абсолютно гарантований
- b. відомості, які можуть спровокувати враження, що за умови вживання лікарського засобу медична консультація з фахівцем не є необхідна
- c. інформацію щодо використання або застосування безрецептурних лікарських засобів**
- d. відомості про те, що лікарський засіб є продуктом харчування, косметичним чи іншим продуктом для вживання
- e. інформацію про те, що косметичні засоби, харчові продукти, вітамінні чи інші харчові додатки мають лікувальні властивості, якщо наявність таких властивостей не доведена за встановленим порядком

332. Підприємство-виробник планує реалізовувати новий лікарський засіб через фірмові аптеки.

Яка стратегія розподілу лікарських засобів буде задіяна?

- a. Гнучка
- b. Ешелована
- c. Пряма**
- d. Горизонтальної інтеграції
- e. Вертикальної інтеграції

333. Фармацевтична фірма планує запропонувати нові лікарські засоби на існуючому ринку. Якою маркетинговою можливістю скористається фірма?

- a. Інтеграції виробництва
- b. Розвитку асортименту лікарських засобів**
- c. Розширення меж ринку
- d. Глибшого проникнення на ринок
- e. Диверсифікації виробництва

334. Попит на лікарські засоби залежить від багатьох факторів. Який з факторів не впливає на еластичність попиту?

- a. Взаємозамінність препарату
- b. Питома вага препарату в доході споживача
- c. Період для прийняття рішення стосовно придбання препарату
- d. Обсяг збути лікарських засобів**
- e. Важливість ліків для споживача

335. Комуникації – це процес обміну інформацією. Комуникації між відділами і підрозділами організації це:

- a. Зовнішні організаційні комунікації
- b. Внутрішні вертикальні організаційні комунікації
- c. Міжрівневі комунікації
- d. Внутрішні горизонтальні організаційні комунікації**
- e. Неформальні організаційні комунікації

336. В організації певним чином розподіляється праця. Як називається розподіл праці, що передбачає створення рівнів управління та ієрархію підлегlostі?

- a. Вертикально-горизонтальний розподіл праці
- b. Горизонтальний розподіл праці
- c. Вертикальний розподіл праці**

d. Діагональний розподіл праці

e. -

337. Добре відоме велике підприємство на ліцензійній основі надає право використовуватисвій товарний знак і відповідну технологію невеликому самостійному підприємству, яке використовує авторитет і довіру споживачів відомої марки. Як називається зазначена концепція?

a. Мерчандайзинг

b. Використання товарного знака

c. Використання марки виробника

d. Франчайзинг

e. Використання марки ділера

338. Шлях від виробника до кінцевого споживача лікарський засіб проходить за схемою: виробник ---> гуртова фірма ---> аптека ---> кінцевий споживач. Визначте рівень каналзбуту

a. Трирівневий канал

b. Однорівневий канал

c. Дворівневий канал

d. Канал нульового рівня

e. Чотирьохрівневий канал

339. Якому поняттю відповідає дане твердження: "...- це визначення особливостей товару, характерних рис, що відрізняють даний товар від аналогічних товарів-конкурентів

a. асортимент товару

b. попит на товар

c. споживча цінність товару

d. позиціонування товару

e. якість товару

340. В управлінні фармацевтичною фірмою використовуються американський та японський підходи. Виберіть характерну ознаку японської моделі управління:

a. Короткотермінова зайнятість

b. Колективна відповідальність

c. Швидка оцінка і просування на посаді

d. Індивідуальний процес прийняття рішень

e. Чітко формалізована структура управління

341. В управлінні фармацевтичною фірмою використовуються американський та японський підходи. Виберіть характерну ознаку американської моделі управління:

a. Колективна відповідальність

b. Групові форми контролю

c. Швидка оцінка і просування на посаді

d. Повільне просування на посаді

e. Підвищена увага до „людського фактора”

342. Препарат А перебуває на стадії насичення. З метою підвищення інтенсивності продажу керівництво фірми-виробника вирішило використати наступний вид реклами:

a. Агресивну

b. Персональний продаж

c. Паблік рілейшнз

d. Стимулювання продажу

е. Інформаційну

343. Фармацевтичне підприємство планує вихід на ринок нового лікарського засобу. Основною метою при ціноутворенні фірма визначає формування іміджу і швидке отримання прибутку. Яку стратегію ціноутворення використовує фірма:

- a. стратегія наслідування лідера
- b. стратегія проникання
- c. стратегія “зняття вершків”**
- d. стратегія диференціації цін
- e. -

344. Фармацевтична фірма вимушена відтворювати імідж у наслідок розповсюдження фірмою-конкурентом негативної інформації. Які засоби маркетингових комунікацій повинна використовувати фірма:

- a. “паблік рілейшнз”**
- b. реклама
- c. мерчандайзинг
- d. проведення презентацій
- e. стимулювання збуту

345. Фармацевтична фірма використовує для просування рекламу на телебаченні, радіо, уперіодичних виданнях. Яким чином може бути визначена ефективність проведених рекламних заходів:

- a. співставленням витрат на рекламу та приросту обсягу продажу**
- b. ефективність оцінити неможливо
- c. -
- d. аналізом інтенсивного збуту
- e. аналізом споживацьких переваг

346. Маркетолог-фахівець проводить дослідження фармацевтичного ринку. Користуючись даними періодичної літератури він розраховує можливу ємність ринку, визначає рівень захворюваності і можливий попит на препарат з огляду на статистичні довідки. Який вид маркетингових досліджень використовує маркетолог:

- a. панельні дослідження
- b. опитування
- c. польові дослідження
- d. спостереження
- e. кабінетні дослідження**

347. Лікарський препарат на матриці „Бостон консалтинг груп” відноситься до групи товарів під загальною назвою „дійні корови”. На якій стадії життєвого циклу він знаходитьться:

- a. Зріlostі**
- b. Спадання
- c. Виходу з ринку
- d. Зростання
- e. Впровадження на ринок

348. Фармацевтична фірма провела сегментування регіонального ринку протигістамінних препаратів за віковою ознакою. Вона встановила, що лікарські засоби для дітей відсутні. Фірма буде розглядати даний сегмент як:

a. Ринкову нішу

b. Ринкову частку

c. Ринкові двері

d. Сегмент, що вимагає подальших досліджень

e. Сегмент, не привабливий для фірми

349. Виробнича фармацевтична фірма „Елема” створила свій фіrmовий аптечний заклад. У даному випадку вона використовує канал розподілу:

a. Четвертого рівня

b. Нульового рівня

c. Другого рівня

d. Першого рівня

e. Третього рівня

350. Ефективність діяльності фармацевтичної фірми поступово поліпшилась завдяки позитивним змінам в зовнішньому середовищі. Вкажіть фактор, що вплинув на організацію:

a. Технологія

b. Кадри

c. Стан економіки

d. Мета

e. Структура

351. Провізору було видано заробітну платню в підвищенному розмірі з урахуванням роботив нічний час. За роботу в який саме час була здійснена доплата:

a. з 20.00 год. до 9.00 год

b. з 21.00 год. до 9.00 год

c. з 23.00 год. до 7.00 год

d. з 24.00 год. до 8.00 год

e. з 22.00 год. до 6.00 год

352. На зборах завідувачів аптек, що відбулися в ЦРА №8 обговорювались нові правила відпуску деяких лікарських препаратів. Комунікації між відділами і підрозділами організації - це:

a. Внутрішні горизонтальні організаційні комунікації

b. Неформальні організаційні комунікації

c. Міжрівневі комунікації

d. Внутрішні вертикальні організаційні комунікації

e. Зовнішні організаційні комунікації

353. Завідувач-провізор у процесі ухвалення управлінського рішення по удосконалюванню господарсько-фінансового положення центральної районної аптеки зібрав релевантну інформацію й установив симптоми утруднень — високі витрати і низька рентабельність. Дані дії характеризує етап розробки раціонального управлінського рішення:

a. Оцінка альтернатив

b. Визначення альтернатив

c. Діагностика проблеми

d. Вибір альтернатив

e. Формулювання обмежень прийняття рішень

354. Регулювання стимулів праці, які спонукають до виконання певної роботи, у теорії управління називається функцією:

a. Мотивації

b. Організації

c. Заохочення

d. Контролю

e. Планування

355. Підприємство фармацевтичного профілю, що досягло високих показників обсягів збуту власної продукції і визнання покупців дістане максимальний прибуток на наступному етапі життєвого циклу:

a. Етапі впровадження на ринок

b. Етапі спаду

c. Етап випробування

d. Етапі зрілості

e. Етапі росту

356. Чи встановлюється випробувальний термін при прийнятті на роботу осіб, що не досягли 18 років

a. встановлюється на 1 місяць

b. встановлюється тільки зі згоди виробника

c. не встановлюється

d. встановлюється на 1 рік

e. встановлюється на 6 місяців

357. Аптека №121 подає документи для отримання ліцензії на впровадження певних видів господарської діяльності. Назвіть орган ліцензування господарської діяльності з виробництва лікарських засобів, оптової, роздрібної торгівлі лікарськими засобами?

a. Державна служба лікарських засобів і виробів медичного призначення

b. Науково – експертний фармакологічний центр

c. Державна акціонерна компанія „Ліки України”

d. Державна інспекція по контролю за якістю лікарських засобів

e. Державний фармакологічний центр

358. Фармацевтичні працівники вирішили організувати господарське товариство. Вкажіть, у чому сутність товариства з обмеженою відповідальністю?

a. Товариство, учасники якого несуть додаткову солідарну відповідальність усім своїм майном, а вкладники - лише у межах вкладу

b. Товариство, учасники якого несуть повну відповідальність

c. Товариство, учасники якого несуть відповідальність у межах своїх внесків. а при недостатності цих сум належним їм майном у однаковому для всіх учасників

d. Товариство, учасники якого несуть додаткову солідарну відповідальність за зобов'язання товариства усім своїм майном

e. Товариство, учасники якого несуть відповідальність по боргам у межах своїх внесків

359. При організації акціонерного товариства між засновниками виникла дискусія стосовно матеріальної відповідальності. Яка, на Вашу думку, матеріальна відповідальність у членів акціонерного товариства?

a. У межах подвійної суми вкладів

b. У межах вкладів

c. Необмежена і солідарна

d. В межах належних їм акцій

e. Внесками до статутного фонду і належним їм майном

360. Завідувач аптеки для впливу на колектив працівників та окремих виконавців вирішив використати різні методи менеджменту. Які з них належать до соціально-психологічних методів менеджменту?

- a.
- b. План покращання умов праці на фармацевтичному підприємстві**
- c. Процес нарахування заробітної плати працівникам відділу збути
- d. Матеріальні стимули, які базуються на використанні посадових окладів, доплат, надбавок, премій тощо
- e. Процес розподілу повноважень між керівниками технічного рівня управління

361. За результатами атестації на визначення знань та практичних навичок працівнику відмовлено в присвоєнні звання “провізор загального профілю”. Чи може дана особа обійтися посаду провізора?

- a. -
- b. Не може**
- c. Її, без згоди, працевлаштовують на посаду фармацевта
- d. Може за додаткових умов
- e. Її переводять на роботу в іншу організацію

362. Фармацевтичний ринок поділяється на споживчий ринок і ринок організацій-споживачів. З яких суб”єктів формується споживчий ринок ?

- a. Підприємств, які закуповують лікарські засоби для їх подальшої реалізації споживачам
- b. Окремих осіб, які купують продукти промислового призначення
- c. Підприємств-виробників готової продукції
- d. З окремих осіб чи сімей, що купують лікарські засоби для задоволення особистих потреб**
- e. Осіб, які купують лікарські засоби для продажу

363. Новостворена ринкова структура, при якій орган управління – збори власників, пайовий внесок може бути як фінансовий, так і матеріальний, а відповідальність здійснюється в межах вкладеного внеску. Яку назву має дана структура(

- a. Акціонерне товариство відкритого типу
- b. Товариство з обмеженою відповідальністю**
- c. Товариство з необмеженою відповідальністю
- d. Командитне товариство
- e. Акціонерне товариство закритого типу

364. Підприємство-виробник планує продавати новий лікарський засіб через оптові фармацевтичні фірми. Який вид каналу розподілу планується використати?

- a. Дворівневий канал**
- b. Канал прямого маркетингу
- c.
- d. Трирівневий канал
- e. Однорівневий канал

365. Діяльність організації залежить від різних факторів. Які фактори належать до внутрішнього середовища організації?

- a. державні органи влади
- b. споживачі**
- c. стан економіки
- d. інфраструктура

е. здібності, кваліфікація та обдарованість працівників

366. Провізор-інтерн після закінчення вузу влаштувався на роботу в аптеку. Впродовж якого часу йому повинні оформити трудову книжку?

- a. тижня
- b. одного місяця
- c. шести місяців
- d. п'яти днів**
- e. одного дня

367. Процес стратегічного планування маркетингу складається з послідовних етапів. Що відносять до етапів процесу стратегічного планування?

- a. виклад поточної маркетингової ситуації
- b. розробка програми заходів
- c. опрацювання бюджету
- d. формулювання місії і мети фармацевтичного підприємства**
- e. формулювання переліку завдань і проблем

368. Об'єктивність процесів управління вимагає поділу управлінської праці на фармацевтичному підприємстві. Що утворюється в результаті вертикального поділу праці?

- a. Виробничі підрозділи
- b. Неформальні групи
- c. Схематичне зображення організації
- d. Технічний, управлінський та інституційний рівні управління**
- e. Управлінські служби

369. У практичній діяльності аптеки мають місце різні рівні управління. Якому рівню управління відповідає функція безпосереднього контролю за діяльністю провізора з виготовлення ліків?

- a. Бюрократичний
- b. Технічний**
- c. Управлінський
- d. Інституційний
- e. Адміністративний

370. Провізор влаштовується на робота в оптове фармацевтичне підприємство на посаду завідувача аптечного складу. Який термін випробування не вимагає узгодження з комітетом профспілки при прийомі його на роботу?

- a. До трьох місяців**
- b. До двох місяців
- c. До шести місяців
- d. До чотирьох місяців
- e. До одного місяця

371. Провізор-аналітик аптеки хоче взяти частину відпустки весною, а частину - влітку. За яких умов допускається поділ відпустки на частини?

- a. При умові, що її основна частина становитиме не менше 12 днів
- b. При умові, що її основна частина становитиме не менше 10 днів
- c. При умові, що її основна частина становитиме не менше 14 днів**
- d. При умові, що її основна частина становитиме не менше 16 днів
- e. При умові, що її основна частина становитиме не менше 18 днів

372. З метою охоплення широкого ринку збуту, отримання високих прибутків через масову реалізацію і зручність місця придбання ліків для споживача фармацевтичний виробник співпрацює з численними посередниками. Якому виду розподілу це притаманно?

- a. Ексклюзивному розподілу
- b. Комбінованому розподілу
- c. Селективному розподілу
- d. Інтенсивному розподілу**
- e. Ешелонованому розподілу

373. Провізор відділу маркетингу фармацевтичного виробника планує комунікаційну політику підприємства. Яка складова систем маркетингових комунікацій має найвищу вартість на один контакт?

- a. Стимулювання збуту
- b. Персональний продаж**
- c. Реклама на телебаченні
- d. "Паблік рілейшнз"
- e. Реклама в періодичних виданнях

374. На телебаченні періодично здійснюється популяризація серед молоді механічних контрацептивів (без вказівок на конкретні товарні марки). Різновидом якої складової маркетингової комунікації є ці заходи?

- a. Реклами
- b. Стимулювання збуту
- c. Спонсорство
- d. Паблісіті**
- e. Персонального продажу

375. Провізори аптеки здійснюють заходи з мерчандайзингу. Від чого не залежить оптимальність розміщення і викладки ліків та якість оформлення залу обслуговування?

- a. Корпоративного стилю виробника ліків і його рекламних акцій
- b. -
- c. Місця розташування аптеки
- d. Можливостей залу обслуговування
- e. Режimu роботи аптеки**

376. Фахівцями маркетингового відділу фармацевтичного підприємства розробляється сценарій телерекламного ролика. Яка послідовність ідеального сприйняття рекламного звернення?

- a. Зацікавленість --> увага --> імпульс --> бажання --> вчинок
- b. Зацікавленість --> імпульс --> увага --> бажання --> вчинок
- c. Увага --> зацікавленість ---> імпульс ---> бажання ---> вчинок**
- d. Імпульс --> увага --> зацікавленість --> бажання --> вчинок
- e. -

377. У складі якого з наведених напрямків комплексного дослідження ринку вивчається співвідношення між попитом, пропозицією та рівнем цін

- a. Аналіз соціально – психологічних особливостей покупців
- b. Вивчення економічної кон'юктури**
- c. Аналіз ринкової сегментації
- d. Вивчення вимог ринку та товару
- e. Вивчення фірмової структури ринку

378. Яка складова системи маркетингових комунікацій спрямовує свою діяльність на формування позитивного іміджу фірми?

- a. "Паблік рілейшнз"
- b. Персональний продаж
- c. Мерчендайзинг
- d. Збутова логістика
- e. Реклама

379. Оберіть вірне визначення. Діяльність фірми з планування, організації і контролю за фізичним переміщенням матеріалів і готових виробів від місця їх виробництва до місця їх використання з метою задоволення потреб споживачів і з вигодою для себе, це:

- a. Пропозиція
- b. Реклама
- c. Менеджмент
- d. Збут**
- e. Попит

380. Графік залежності "ціна-попит" представлений горизонтальною лінією. Вкажіть вид попиту:

- a. Нееластичний
- b. Еластичний
- c. Абсолютно еластичний**
- d. Унітарний
- e. Абсолютно нееластичний

381. Вивчення стану стратегічних господарських одиниць (лікарських засобів) фармацевтичної фірми, яке передбачає врахування їх ринкової частки та темпів зростання ринку, проводиться за допомогою:

- a. Матриці Бостон консалтинг груп**
- b. Загальної конкурентної матриці Портера
- c. XYZ-аналізу
- d. VEN-аналізу
- e. Матриці Ансоффа

382. Фармацевтична організація здійснює свою діяльність в умовах складного зовнішнього середовища. Який з факторів безпосередньо впливає на роботу організації?

- a. Закони і державні органи**
- b. Стан економіки
- c. Соціокультурні фактори
- d. Міжнародні події
- e. Політичні фактори

383. Завідувач аптекою "Екофарм" частину своїх повноважень передав своєму заступнику. Процес передачі повноважень підлеглим керівниками на виконання спеціальних завдань - це:

- a. Ліквідація повноважень
- b. -
- c. Звуження повноважень
- d. Зняття повноважень
- e. Делегування повноважень**

384. Завідувач аптеки розробив графік роботи персоналу на наступний місяць. Різновид

управлінської діяльності, спрямований на формування вузьких, деталізованих, короткотермінових планів, носить назву:

- a. Фінансове планування
- b. Стратегічне планування
- c. -
- d. Оперативне планування**
- e. Бізнес-планування

385. Завідувачем аптеки до провізора висуваються суперечливі вимоги щодо його роботи, в результаті чого у працівника виникли емоційне перевантаження, невпевненість у собі та стрес. Який конфлікт виник при цьому?

- a. -
- b. Внутрішньоособистісний**
- c. Міжорганізаційний
- d. Між особою і групою
- e. Міжгруповий

386. Відділ маркетингу хіміко-фармацевтичного заводу встановив, що попит на рослинний лікарський засіб від кашлю у формі дитячого сиропу істотно коливається протягом року. В даному випадку попит вважається:

- a. Нерегулярним**
- b. Некоректним
- c. Нереалізованим
- d. Нераціональним
- e. Неповноцінним

387. Відділ маркетингу підприємства "Вірсавія", що спеціалізується на випуску антивікових лікарських косметичних засобів, розподілив споживачів на групи в залежності від статі та віку. Який принцип сегментації ринку закладено в основу даного поділу?

- a. Психографічний
- b. Географічний
- c. Демографічний**
- d. Поведінковий
- e. Мотиваційний

388. З оптової фармацевтичної фірми "Схід-Фармація" за останній рік за власним бажанням звільнилось 10% співробітників, які влаштувались на роботу до фірми-конкурента "Схід-оптима". Індивідуальні пересування працівників з фірми "Схід-Фармація" до фірми "Схід-оптима" є:

- a. Мотивуванням кадрів
- b. Динамікою кадрів
- c. Ротацією кадрів
- d. Атестацією кадрів
- e. Плинністю кадрів**

389. Фармацевтичне підприємство планує збут власної продукції в іншій країні шляхом передачі її у власність закордонного посередника. Визначте форму виходу підприємства на закордонний ринок:

- a. Спільне підприємництво
- b. Прямі інвестиції
- c. Експорт**
- d. Ліцензування

е. Франчайзинг

390. Відділом маркетингу фармацевтичної фірми встановлено, що при незначному підвищенні ціни на лікарський засіб попит на нього значно знизився. Визначте вид попиту:

- a. Раціональний
- b. Унітарний
- c. Нераціональний
- d. Нееластичний

e. Еластичний

391. Молодий спеціаліст влаштувався на роботу в аптеку на посаду провізора відділу безрецептурного відпуску. Яка тривалість робочого часу передбачена для працівника?

- a. -
- b. 40 годин**
- c. 60 годин
- d. 20 годин
- e. 50 годин

392. Фармацевтична компанія використовує різні види реклами. Для якого засобу розповсюдження реклами характерна відсутність вибіркової аудиторії?

- a. Поштові листівки, буклети
- b. Реклама для спеціалістів
- c. Зовнішня реклама**
- d. Сувенірна реклама
- e. -

393. Завідувач аптеки гнучко використовує систему методів управління аптечним підприємством. Який з вказаних заходів відповідає сутності методів організаційного впливу?

- a. Чіткий розподіл завдань між виконавцями**
- b. Задоволення культурних та соціально-побутових потреб працівників
- c. -
- d. Підвищення по службі
- e. Матеріальні стимули (доплати, надбавки, премії)

394. У зв'язку з відкриттям регіональних підрозділів фармацевтична компанія здійснює набір медичних представників. Який з перелічених етапів відбору персоналу є, як правило, завершальним?

- a. Телефонне інтерв'ю
- b. Ознайомлювальна співбесіда
- c. Надання резюме
- d. Заповнення анкети
- e. Цільова співбесіда**

395. При розробці нового лікарського препарату фахівці відділу маркетингу фармацевтичної фірми провели одноразове дослідження, у ході якого з'ясовували ставлення лікарів до наявних на ринку препаратів. Який метод маркетингових досліджень використаний?

- a. Експеримент
- b. Тестування
- c. Панель
- d. Спостереження

e. Опитування

396. Провізор здійснює дослідження фармацевтичного ринку, використовуючи наукову періодичну літературу та статистичні дані. Який вид маркетингових досліджень при цьому здійснюється?

a. Кабінетні дослідження

- b. Спостереження
- c. Опитування
- d. Панельні дослідження
- e. Польові дослідження

397. При аналізі обсягів реалізації лікарського препарату встановлено, що препарат випускається великими партіями, обсяги продажів зростають, але темпи росту уповільнюються, зростає кількість конкурентів. На якому етапі життєвого циклу перебуває лікарський препарат?

a. Зростання

b. Спад

c. Розробка

d. Впровадження

e. Зрілість

398. Вітчизняне фармацевтичне підприємство впроваджує на ринок генеричний лікарський препарат за ціною значно нижчою, ніж ціна зарубіжних аналогів. Яку стратегію ціноутворення використовує вітчизняний виробник?

a. -

b. Глибокого проникнення на ринок

c. "Зняття вершків"

d. Слідування за лідером

e. Тендерного ціноутворення

399. На новоствореному фармацевтичному підприємству "Авіценна" передбачено цілодобовий режим роботи. Яку категорію працівників ЗАБОРОНЕНО залучати до роботи у нічний час?

a. Осіб, молодше 18 років (неповнолітніх)

b. Осіб, молодше 25 років

c. -

d. Осіб, молодше 30 років

e. Осіб пенсійного віку

400. На підставі дослідження ринку керівник фармацевтичного підприємства разом з групою маркетологів приймають рішення розробити заходи з підвищення конкурентоспроможності ЛЗ фірми. Таке рішення називається:

a. Інтуїтивним

b. Особистим

c. -

d. Колегіальним

e. Одноосібним

401. В процесі еволюції фармацевтична організація формує свою культуру. Культура фармацевтичної організації ґрунтуються на:

a. Цінностях, традиціях, нормах поведінки, властивих членам організації

b. Належних фармацевтичних практиках

c. Чинному законодавстві

d. Особливостях виробництва

e. Ліцензійних умовах

402. Іноземний інвестор хоче створити в Україні разом з вітчизняною фармацевтичною фірмою підприємство з іноземними інвестиціями. Мінімальна іноземна інвестиція повинна становити НЕ МЕНШЕ, ніж:

a. 5%

b. 50%

c. 75%

d. 10%

e. 25%

403. Фармацевтична фірма, що випускала ЛЗ у вигляді крапель для носа у флаконах, освоїла випуск цього ЛЗ у вигляді спрею. На якій концепції маркетингу фірма буде взаємовідносини зі споживачами?

a. Інтенсифікації комерційних зусиль

b. Соціально-етичного маркетингу

c. Удосконалення лікарського засобу

d. Удосконалення виробництва

e. Удосконалення системи збуту

404. Процес стратегічного планування фармацевтичних підприємств складається з послідовних етапів. Який етап процесу стратегічного планування є першочерговим?

a. Оцінка й аналіз зовнішнього середовища

b. Встановлення цілей

c. Визначення місії і візії

d. Аналіз внутрішніх сильних і слабких сторін організації

e. Вибір стратегії

405. Менеджер оптової фармацевтичної фірми відповідає за доведення завдань безпосередньо до виконавців та контролює їх виконання. Якому рівню управління відповідають такі дії?

a. Середньої ланки

b. Технічний

c. Інституційний

d. Управлінський

e. Вищої ланки

406. Завдання фармацевтичної логістики передбачають рекламу ЛЗ, пошук споживачів, укладання договорів, сервісне обслуговування, транспортування. Визначте вид логістики:

a. Інформаційна

b. Збутова

c. Виробнича

d. Закупівельна

e. Кадрова