

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
МИНИСТЕРСТВА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Оценочные материалы

по дисциплине **Организация закупок медицинского имущества для государственных
муниципальных нужд**

Специальность **33.05.01 Фармация**

1. Перечень компетенций, формируемых дисциплиной:

профессиональных (ПК)

Код и наименование профессиональной компетенции	Индикатор(ы) достижения профессиональной компетенции
ПК-9. Способен принимать участие в организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации.	ИД_{ПК-9-1}. Анализирует спрос на лекарственные препараты и другие товары аптечного ассортимента.
	ИД_{ПК-9-2}. Анализирует текущее ресурсное обеспечение и потребности фармацевтической организации.
	ИД_{ПК-9-3}. Организует инвентаризацию товарно-материальных ценностей, оперативно-технический учети предметно-количественный учет.
	ИД_{ПК-9-4}. Исследует рынок поставщиков товаров, работ и услуг, выбирает оптимальных поставщиков и организует процессы закупок.
	ИД_{ПК-9-5}. Заключает и контролирует исполнение договоров на поставку лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента.
	ИД_{ПК-9-6}. Осуществляет устные и письменные коммуникации при общении с коллегами, потребителями и поставщиками.
	ИД_{ПК-9-7}. Организует и обеспечивает документооборот фармацевтической организации.

2. Виды оценочных материалов в соответствии с формируемыми компетенциями

Наименование компетенции	Виды оценочных материалов	количество заданий на 1 компетенцию
ПК-9	Задания закрытого типа	25 с эталонами ответов
	Задания открытого типа: Ситуационные задачи Вопросы для собеседования	75 с эталонами ответов

ПК-9:

Задание 1. Инструкция: выберите один правильный ответ.

Потребность покупателей в том или ином товаре, выраженная в деньгах – это:

1. спрос;
2. величина спроса;

3. предложение;
4. величина предложения.

Эталон ответа: 1. спрос.

Задание 2. Инструкция: выберите несколько правильных ответов.

По степени удовлетворения спрос классифицируется на виды:

1. условно- удовлетворенный;
2. реализованный;
3. неудовлетворенный;
4. эластичный;
5. неэластичный.

Эталон ответа: 1,2,3.

Задание 3. Инструкция: выберите один правильный ответ.

«...» -необходимость в чем – либо, требующая удовлетворения и принявшая специфическую форму в соответствии с уровнем развития общества и личностью индивида

1. потребность;
2. маркетинг;
3. спрос;
4. предложение.

Эталон ответа: 1. потребность.

Задание 4. Инструкция: установите правильную последовательность.

Этапы жизненного цикла лекарственного средства:

1. клинические исследования;
2. разработка;
3. экспертиза;
4. хранение;
5. производство и маркировка;
6. доклинические исследования;
7. перевозка;
8. уничтожение;
9. регистрация.

Эталон ответа: 2-6-1-3-9-5-4-7-8

Задание 5. Инструкция: выберите один правильный ответ.

Маркетинг представляет собой:

1. деятельность производителя по продвижению товара на рынок;
2. оптовую реализацию товара;

3. коммерческую деятельность;
4. товарное обращение и систему распределения.

Эталон ответа: 1. деятельность производителя по продвижению товара на рынок

Задание 6. Инструкция: выберите один правильный ответ.

Закон спроса выражается следующим утверждением:

1. при прочих равных условиях между ценой на товар и величиной спроса существует прямая зависимость;
2. при прочих равных условиях между ценой на товар и величиной спроса существует обратная зависимость;
3. при прочих равных условиях между ценой на товар и величиной спроса существует логарифмическая зависимость;
4. при прочих равных условиях между ценой на товар и величиной спроса существует экспоненциальная зависимость.

Эталон ответа: 2. при прочих равных условиях между ценой на товар и величиной спроса существует обратная зависимость.

Задание 7. Инструкция: выберите один правильный ответ.

Закон предложения выражается следующим утверждением

1. при прочих равных условиях между ценой на товар и величиной предложения существует экспоненциальная зависимость;
2. при прочих равных условиях между ценой на товар и величиной предложения существует обратная зависимость;
3. при прочих равных условиях между ценой на товар и величиной предложения существует логарифмическая зависимость;
4. при прочих равных условиях между ценой на товар и величиной предложения существует прямая зависимость.

Эталон ответа: 4. при прочих равных условиях между ценой на товар и величиной предложения существует прямая зависимость.

Задание 8. Инструкция: выберите один правильный ответ.

Инвентаризация наркотических средств и психотропных веществ в аптечной организации проводится:

1. ежемесячно;
2. ежеквартально;
3. ежегодно;
4. с периодичностью, определяемой руководителем организации.

Эталон ответа: 1. ежемесячно.

Задание 9. Инструкция: выберите один правильный ответ.

После проведения инвентаризации в «журнале учёта операций, связанных с обращением лекарственных средств для медицинского применения» после сверки книжных остатков и фактического наличия ЛС последующие расчёты производятся от

1. фактического остатка;
2. расхода;
3. поступления;
4. страхового запаса.

Эталон ответа: 1. фактического остатка.

Задание 10. Инструкция: выберите один правильный ответ.

На последней странице инвентаризационной описи необходимо:

1. сделать отметку о проверке цен, таксировки и подсчёта итогов, заверенную подписями лиц, производивших эту проверку;
2. поставить только подпись председателя инвентаризационной комиссии;
3. поставить только подпись главного бухгалтера;
4. сделать отметку об окончании инвентаризации.

Эталон ответа: 1. сделать отметку о проверке цен, таксировки и подсчёта итогов, заверенную подписями лиц, производивших эту проверку.

Задание 11. Инструкция: выберите один правильный ответ.

Исправление ошибок в инвентаризационных описях:

1. производится во всех экземплярах путём зачёркивания неправильных записей и проставления над зачёркнутыми записями правильных данных;
2. не допускается;
3. производится в первом экземпляре;
4. производится с помощью корректора.

Эталон ответа: 1. производится во всех экземплярах путём зачёркивания неправильных записей и проставления над зачёркнутыми записями правильных данных.

Задание 12. Инструкция: выберите один правильный ответ.

Выявленное при инвентаризации расхождение фактического наличия ценностей и данных бухгалтерского учёта оформляют:

1. актом результатов инвентаризации;
2. авансовым отчётом;
3. бухгалтерским балансом;
4. приказом о проведении инвентаризации.

Эталон ответа: 1. актом результатов инвентаризации.

Задание 13. Инструкция: выберите один правильный ответ.

К основным функциям маркетинга относят:

1. комплексное изучение рынка;
2. производство товара;
3. контроль качества товаров.

Эталон ответа: 1. комплексное изучение рынка.

Задание 14. Инструкция: выберите один правильный ответ.

Претензионное письмо к поставщику товаров при обнаружении различных недостатков в процессе приёмки товаров в аптеке можно направить в:

1. сроки, определённые условием договора;
2. течение 20 дней для импортных или 10 дней для отечественных;
3. течение 15 дней для импортных или 7 дней для отечественных;
4. течение 6 дней для импортных и 12 дней для отечественных.

Эталон ответа: 1. сроки, определённые условием договора.

Задание 15. Инструкция: выберите один правильный ответ.

Информация о наименовании, характеристике и объеме товара содержится в разделе договора купли-продажи

1. предмет и объём поставки;
2. преамбула;
3. права и обязанности сторон.
4. порядок сдачи-приёмки товара.

Эталон ответа: 1. предмет и объём поставки.

Задание 16. Инструкция: выберите один правильный ответ.

Договор, предусматривающий передачу товара от поставщика покупателю для использования в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним или иным подобным использованием, является договором:

1. поставки;
2. розничной купли-продажи;
3. поставки товаров для государственных нужд;
4. контрактации.

Эталон ответа: 1. поставки.

Задание 17. Инструкция: выберите один правильный ответ.

Коммуникация представляет собой:

1. процесс передачи информации от одного субъекта к другому на основе определённых принципов и закономерностей;

2. процесс управления поведением сотрудников;
3. способ реализации установленных норм (правила, инструкции, положения), регламентирующих взаимодействие субъектов в рамках организации;
4. метод решения конфликтов.

Эталон ответа: 1. процесс передачи информации от одного субъекта к другому на основе определённых принципов и закономерностей.

Задание 18. Инструкция: выберите один правильный ответ.

Сущность социально-этической концепции маркетинга заключается в:

1. удовлетворении разумных потребностей покупателей в соответствии с интересами общества;
2. удовлетворении потребностей покупателей и получении максимальной прибыли;
3. сбыте товаров и получении прибыли;
4. производстве высоко прибыльных товаров.

Эталон ответа: 1. удовлетворении разумных потребностей покупателей в соответствии с интересами общества.

Задание 19. Инструкция: выберите один правильный ответ.

Под организацией маркетинга понимают:

1. структурное построение для управления маркетинговыми функциями;
2. организация производственных отделов;
3. организация рекламы и сбыта товаров;
4. проведение маркетинговых исследований.

Эталон ответа: 1. структурное построение для управления маркетинговыми функциями.

Задание 20. Инструкция: выберите один правильный ответ.

Проведение маркетинговых исследований:

1. анализ рыночных возможностей, отбор целевых рынков, разработка комплекса маркетинга, реализация;
2. организация отделов маркетинга, организация сбыта;
3. создание организационно-экономической инфраструктуры, открытие филиалов;
4. распределение обязанностей персоналу, контроль и корректировка заданий.

Эталон ответа: 1. анализ рыночных возможностей, отбор целевых рынков, разработка комплекса маркетинга, реализация.

Задание 21. Инструкция: выберите один правильный ответ.

Обязательным условием заключения договора является наличие у поставщика и покупателя «...»

1. лицензии на соответствующие виды деятельности;
2. счет-фактуры;
3. товарно-транспортной накладной;
4. сертификата об аккредитации.

Эталон ответа: 1.лицензии на соответствующие виды деятельности.

Задание .22 Инструкция: выберите несколько правильных ответов.

Факторы необходимые для выбора поставщика в аптечных организациях:

1. ширина ассортимента;
2. ценовая политика;
3. кратность и минимальная сумма поставки;
4. способ и организация расчетов;
5. возможность отсрочки;
6. процесс товародвижения.

Эталон ответа: 1,2,3,4,5,6

Задание 23. Инструкция: выберите один правильный ответ.

Финальным этапом выбора поставщика в аптеку станет заключение и подписание «...»

1. договора поставки;
2. лицензии на осуществление фарм. деятельности;
3. чета-фактуры;
4. протокола согласования цен.

Эталон ответа: 1. договора поставки.

Задание 24. Инструкция: выберите один правильный ответ.

Обычно договор с поставщиком товаров аптечного ассортимента оформляют сроком на «...» с условием его пролонгации при отсутствии запроса разорвать договор.

1. год;
2. 3 года;
3. 1 месяц;
4. 6 месяцев.

Эталон ответа: 1. год.

Задание 25. Инструкция: выберите один правильный ответ.

Спрос можно считать эластичным, если при:

1. незначительном снижении цены значительно увеличивается спрос;
2. значительном снижении цены спрос увеличивается незначительно;
3. изменении цены спрос не изменяется;
4. незначительном снижении предложения спрос резко возрастает.

Эталон ответа: 1. незначительном снижении цены значительно увеличивается спрос.

Задания открытого типа:

Задание 1. Вопрос для собеседования.

Что такое величина спроса?

Эталон ответа: Количество товара или услуг определенного вида и качества, которое покупатель желает купить по данной цене в течении определенного периода времени

Задание 2. Вопрос для собеседования.

От каких факторов зависит величина спроса?

Эталон ответа: От доходов покупателей, от цен на товары или услуги, от ожиданий покупателей, от вкусов и предпочтений

Задание 3. Вопрос для собеседования.

Что такое спрос?

Эталон ответа: Форма потребления, которая характеризует готовность и способность потребителей купить приобретаемые блага

Задание 4. Вопрос для собеседования.

Что такое потребительский спрос?

Эталон ответа: Величина спроса на предметы потребления в определенный период времени

Задание 5. Вопрос для собеседования.

Назовите неценовые факторы, влияющие на спрос.

Эталон ответа: Размеры рынка, мода, сезонность, наличие товаров заменителей, инфляционные ожидания

Задание 6. Вопрос для собеседования.

Что подразумевает объективный анализ спроса в аптеке?

Эталон ответа: Метод предполагает изучение структуры ассортимента рынка в городе, в котором находится аптека. Для этого, например, проводится «перекрестный анализ» прайс-листов нескольких наиболее крупных поставщиков товаров аптечного ассортимента. Если какие-то позиции встречаются сразу в нескольких прайсах, их следует пометить лидирующими.

Пример: руководитель запросил прайсы нескольких поставщиков и, проанализировав позиции, выявил несколько препаратов от простуды, которые были представлены у всех поставщиков, но отсутствовали в ассортименте аптеки

Задание 7. Вопрос для собеседования.

Что подразумевает анализ спроса в аптеке, с помощью ведения дефектурного журнала?

Эталон ответа: Это вспомогательный метод, который позволяет выявить активный спрос — товары, которые покупатели спрашивают у фармацевтов. Однако он не позволяет учесть мнение посетителей аптеки, которые самостоятельно изучают витрины и уходят без обращения к сотрудникам первого стола, не обнаружив нужный товар.

В дефектурном журнале фармацевты фиксируют закончившиеся товарные позиции, а также товары, о которых спрашивали посетители, но которых не было в ассортименте.

Задание 8. Вопрос для собеседования.

Что такое широта ассортимента? Приведите пример.

Эталон ответа: Широта ассортимента лекарственных препаратов может рассматриваться, прежде всего, по отношению к числу их фармакотерапевтических групп, обращающихся на рынке. К примеру, если в ассортименте аптечной организации представлены лекарства 5 фармакотерапевтических групп из 100, обращающихся на рынке, то мы можем говорить об узком ассортименте этого учреждения. В этом случае следует изучить статистику заболеваемости в данном регионе и определить, какие фармакотерапевтические группы можно развернуть дополнительно. Широкий ассортимент позволяет ориентироваться на различных потребителей и стимулировать совершение покупок в одном месте.

Задание 9. Вопрос для собеседования.

Что такое полнота ассортимента? Приведите пример.

Эталон ответа: Полнота ассортимента лекарств рассматривается применительно к каждой номенклатурной позиции и характеризуется числом лекарственных форм этой номенклатурной позиции по отношению к зарегистрированным и разрешенным к применению. К примеру, анальгин выпускается в виде порошка ангро, таблеток, ампульных растворов и все эти формы есть в аптеке, то по данной позиции мы можем говорить о полном ассортименте.

Задание 10. Вопрос для собеседования.

Что такое глубина ассортимента? Приведите пример.

Эталон ответа: Глубина ассортимента характеризуется разновидностью дозировок, концентраций, фасовок одного наименования лекарственного средства. То есть, когда мы имеем в ассортименте не просто ампульный раствор анальгина, а в разной концентрации, разных фасовках и дозировках зарегистрированных в Государственном реестре лекарственных средств, то глубина такого ассортимента удовлетворительная. Примером недостаточной глубины аптечного ассортимента может служить наличие взрослых дозировок и отсутствие детских. Глубокий ассортимент позволяет удовлетворять потребности различных потребительских сегментов по одному лекарственному веществу, повышает конкурентоспособность учреждения, дает возможность предлагать диапазон цен и ряд других

преимуществ. Однако он также увеличивает расходы на поддержание запасов, выполнение заказов. Кроме того, могут возникнуть определенные трудности в дифференциации между двумя схожими ассортиментными позициями.

Задание 11. Вопрос для собеседования.

Что обозначает насыщенность номенклатуры ассортимента?

Эталон ответа: Это общее количество всех производимых (продаваемых) на рынке лекарств.

Гармоничность ассортимента характеризуется степенью однородности номенклатуры (ассортимента) по отношению к предпочтениям врача, пациента. Так, имея широкую номенклатуру диуретиков, мы можем говорить о ее гармоничности, если она удовлетворяет все потребительские предпочтения, т. е. здесь имеются осмотические, петлевые, калийсберегающие диуретики, а также комбинированные препараты этой группы

Задание 12. Вопрос для собеседования.

Что обозначает полнота использования ассортимента?

Эталон ответа: Показатель, характеризующий рациональность подобранного учреждением ассортимента. Он может быть рассмотрен как отношение проданных ассортиментных позиций к имеющему наличию за определенный промежуток времени. Чем выше этот показатель, тем правильнее подобран ассортимент. При низком показателе частоты использования конкретной номенклатурной позиции следует определить, какие причины лежат в ее основе: малоэффективный или устаревший препарат, недостаточность информированности врачей и т. д.

Задание 13. Вопрос для собеседования.

Что обозначает показатель новизны ассортимента?

Эталон ответа: Демонстрирует способность товара удовлетворять изменившиеся потребности за счет появления новых товаров аптечного ассортимента, лекарственных форм, дозировок, фасовок.

Задание 14. Вопрос для собеседования.

Что обозначает устойчивость ассортимента?

Эталон ответа: Способность набора товаров удовлетворять покупательский спрос. Устойчивость ассортимента свидетельствует о постоянных предпочтениях промежуточных и конечных потребителей, которые могут быть объяснены как постоянством вкусов, привычкой, ценовыми факторами, если речь идет о конечных потребителях, так и, например, включением ЛС в список препаратов, отпускаемых бесплатно или на льготных условиях.

Задание 15. Вопрос для собеседования.

Что такое мерчандайзинг?

Эталон ответа: Это комплекс проводимых мероприятий в торговом зале, направленных на продвижение того или иного товара, марки, вида или упаковки.

Задание 16. Вопрос для собеседования.

Главная задача мерчандайзинга.

Эталон ответа: Скорейшая реализация товаров в пункте продажи и организация общего увеличения объемов продаж.

Задание 17. Вопрос для собеседования.

Цель мерчандайзинга.

Эталон ответа: Увеличение общего объема покупок

Задание 18. Вопрос для собеседования.

Законы успешного мерчандайзинга

Эталон ответа: Закон спроса – все выложенные товары должны быть обеспечены 3-х дневным запасом.

Закон расположения – предполагает обязательное присутствие минимального набора ассортиментной позиции для каждой торговой точки.

Закон презентации – одно наименование товара должно быть представлено в нескольких единицах, иначе это не вызовет незапланированную покупку (двойной, тройной «фейс»).

Задание 19. Вопрос для собеседования.

Что такое инвентаризация?

Эталон ответа: Форма контроля за сохранность товарно-материальных ценностей, денежных средств и других средств аптеки

Задание 20. Вопрос для собеседования.

Задачи инвентаризации.

Эталон ответа: Выявление фактического наличия товарно-материальных ценностей, денежных средств и сопоставление с данными учета. Выявление некачественного товара. Выявление излишков товаров. Проверка сумм денежных средств в кассе и на расчетных счетах. Проверка соблюдения правил и условий хранения материальных ценностей и денежных средств.

Задание 21. Вопрос для собеседования.

Что подлежит инвентаризации в аптеке?

Эталон ответа: Основные средства, товар, денежные средства, тара, малоценный и быстро изнашиваемый инвентарь и другие ценности

Задание 22. Вопрос для собеседования.

Виды инвентаризации.

Эталон ответа: Плановая, внеплановая, полная, выборочная

Задание 23. Вопрос для собеседования.

В каких случаях необходимо проведение инвентаризации?

Эталон ответа: При передаче имущества, при смене организационно-правовой формы предприятия, перед составлением годового бухгалтерского отчета, при смене материально-ответственных лиц, при установлении фактов хищения, порчи ценностей, в случае стихийных бедствий, при ликвидации предприятия.

Задание 24. Вопрос для собеседования.

Этапы проведения инвентаризации.

Эталон ответа: Подсчет, взвешивание, обмер материальных ценностей, оформление инвентаризационных описей. Оценка подсчитанных средств по первоначальной стоимости. Выявление расхождений фактического наличия с данными бухгалтерского учета, установление причин расхождений. Оформление результатов и отражение выявленных расхождений.

Задание 25. Вопрос для собеседования.

Что такое ПКУ?

Эталон ответа: Предметно-количественный учет — это документированный оперативный учет движения товаров по отдельным ассортиментным позициям в натуральных измерителях (кг, л, шт. и т.д.).

Задание 26. Вопрос для собеседования.

Перечислите классическую схему товаропродвижения на фармацевтическом рынке.

Эталон ответа: Производитель товара—организация оптовой торговли—аптечная организация—конечные потребители

Задание 27. Вопрос для собеседования.

Процедура выбора поставщика является основной составляющей закупочной логистики. Главная цель закупочной логистики?

Эталон ответа: Поиск и закупка необходимых товаров удовлетворительного качества по минимальным ценам

Задание 28. Вопрос для собеседования.

Процедура выбора поставщиков проходит в несколько этапов:

Эталон ответа: Сбор информации о поставщиках товаров. Определение критериев выбора поставщиков товаров. Оценка поставщиков по выделенным критериям. Заключение договора, как логическое завершение процедуры выбора поставщика.

Задание 29. Вопрос для собеседования.

Основные критерии выбора поставщика.

Эталон ответа: Ассортимент товаров поставщика. Качество товаров. Цены производителя. Наценка организации оптовой торговли. Наличие скидок на объем закупок. Возможность закупки малыми количествами. Условия поставки. Условия оплаты.

Задание 30.

В результате проведения инвентаризации лекарственных препаратов в аптечной организации на 31.01.2023 обнаружен фактический остаток Аугментина 1000мг №14 в количестве 45уп. При этом со склада в течении месяца поступило по счету-фактуре №985 от 10.01.2023 80уп, по счету-фактуре №999 от 25.01.2023 27 уп. Расход по дням месяца суммарно составил 53 уп. Остаток на 01.01.2023 зафиксирован 2 уп. . Сколько составил Книжный остаток и есть ли расхождения.

Эталон ответа: Книжный остаток: 56уп. Недостача:11уп.

Задание 31. Вопрос для собеседования.

Что такое рынок и какие его основные параметры:

Эталон ответа:

Рынок – это совокупность экономических отношений между продавцами и покупателями. К основным параметрам рынка относят: объем предложения, объем спроса, цена, запасы, каналы продвижения, структура рынка

Задание 32. Вопрос для собеседования.

В результате проведения инвентаризации лекарственных препаратов в аптечной организации на 31.03.2023 обнаружен фактический остаток пенталгина №12 в количестве 11уп. При этом со склада в течении месяца поступило по счету-фактуре №452 от 10.03.2023 35уп, по счету-фактуре № 798 от 20.03.2023 30уп. Расход по дням месяца суммарно составил 52 уп. Остаток на 01.03.2023 зафиксирован в количестве 3 уп. Сколько составил Книжный остаток и есть ли расхождения.

Эталон ответа: Книжный остаток 16уп. Недостача 5уп

Задание 33. Вопрос для собеседования.

Аптечная организация проводит оценку затрат и вклад метотрексата и ряда других препаратов в общий объем затрат путем ранжирования ассортиментных позиций по убыванию и последующего расчета накопительного итога за 2022 г.на основании:

Эталон ответа: ABC-анализа

Задание 34. Вопрос для собеседования.

Что такое ABC анализ?

Эталон ответа: Это инструмент, который позволяет нам разделить объекты исследования на группы в зависимости от важности влияния на результат. ABC-анализ основан

на правиле Парето (так же это правило называют 20 на 80), которое звучит следующим образом: 20 процентов товара обеспечивает нам 80 процентов прибыли

Задание 35. Вопрос для собеседования.

Что такое VEN- анализ?

Эталон ответа: VEN–анализ – это метод группировки используемых ЛС по степени их клинической значимости.

VEN–анализ, как правило, проводят параллельно с ABC-анализом. VEN–анализ позволяет установить приоритеты отбора и закупок ЛС в соответствии с их классификацией по степени жизненной важности- Жизненно важные (Vital), Необходимые (Essential), Второстепенные (Non-essential)

Задание 36. Вопрос для собеседования.

Что такое XYZ-анализ?

Эталон ответа: XYZ-анализ — это метод оценки стабильности спроса на выбранные позиции, который показывает, насколько сильно на продажи влияют внешние факторы: сезонность, рекламные кампании, веяния моды. Обычно метод XYZ используют, чтобы спланировать объёмы закупок и скорректировать ассортимент продукции

Задание 37. Вопрос для собеседования.

Что такое ассортимент?

Эталон ответа: Это подбор (набор) товаров разных видов и разновидностей, объединенных по какому-либо признаку и предназначенных для наиболее полного удовлетворения спроса.

Задание 38. Вопрос для собеседования.

В аптечных учреждениях могут реализовываться следующие группы товаров:

Эталон ответа: лекарственные средства - лекарственные средства и лекарственные препараты;

медицинская техника - инструменты, приборы, аппараты, оборудование, расходные материалы;

изделия медицинского назначения, в т.ч. вата, марля, изделия из них, нетканые материалы и изделия из них, перевязочные материалы, с клейкой поверхностью, изделия санитарии и предметы ухода за больными;

парафармацевтическая продукция, в т.ч. лечебно - косметические товары, санитарно-гигиенические средства, минеральные воды, диетическое и детское питание, очковая оптика, диагностикумы и реактивы, средства для защиты растений и средства санитарии и гигиены для животных.

Задание 39. Вопрос для собеседования.

Что такое ассортимент лекарственных средств?

Эталон ответа: Это номенклатура (перечень) различных лекарственных препаратов, объединенных по фармакотерапевтическому, фармакологическому, химическому или иному признаку, и обеспечивающих оптимальное лечение, диагностику, профилактику заболеваний с учетом современных представлений о рациональной фармакотерапии и возможностей выпуска лекарств отечественной и зарубежной фармацевтической промышленностью.

Задание 40. Вопрос для собеседования.

Аптечная организация проводит оценку препарата «Де-нол №112» и ряда других препаратов с точки зрения «необходимости» ассортимента на основании»

Эталон ответа: VEN-анализа

Задание 41.

Аптечная организация проводит оценку ассортимента и пытается корректировать ассортиментную политику, повышая долю востребованных товаров и платежеспособных клиентов с помощью совмещенного:

Эталон ответа: ABC-XYZ-анализа

Задание 42.

Каким нормативным документом утверждены общие правила проведения инвентаризации

Эталон ответа: приказ Минфина РФ от 13.06.1995 №49 «Об утверждении Методических указаний по инвентаризации имущества и финансовых обязательств»

Задание 43.

Инвентаризацию «Нурофен плюс», «Пенталгин Н», «Лирика» необходимо проводить:

Эталон ответа: Не реже одного раза в месяц

Задание 44. Вопрос для собеседования.

Что такое маркетинг?

Эталон ответа: Это процесс управления, включающий в себя определение, прогнозирование и удовлетворение запросов потребителей с получением прибыли

Задание 45. Вопрос для собеседования.

Функции маркетинга.

Эталон ответа: аналитические: изучение рынка, потребителей, товарной структуры;
производственные: организация производства новых товаров, внедрение новых технологий, управление качеством и конкурентоспособностью продукции;

сбытовые: организация системы товародвижения, сервиса, формирование спроса и стимулирование сбыта, проведение целенаправленной товарной и ценовой политики;
управления и контроля: организация стратегического и оперативного планирования на

предприятия, информационное обеспечение, организация системы коммуникаций и контроля маркетинга.

Задание 46. Вопрос для собеседования.

Что такое Маркетинговые исследования?

Эталон ответа: Это систематический сбор, документирование и анализ данных по разным аспектам маркетинговой деятельности

Задание 47. Вопрос для собеседования.

Цель маркетингового исследования

Эталон ответа: Создать информационно-аналитическую базу для принятия управленческих решений.

Задание 48. Вопрос для собеседования.

Этапы маркетинговых исследований

Эталон ответа: 1.Определение проблемы и формулирование целей исследования;

2.Отбор источников информации;

3.Сбор, анализ собранной информации;

4.Обработка и представление полученных результатов.

Задание 49. Вопрос для собеседования.

Методы маркетинговых исследований

Эталон ответа: 1) К группе общенаучных методов относятся системный анализ, комплексный подход, программно-целевое планирование и др.

2) В число аналитико-прогностических входят следующие методы: теория связи, теория вероятности, экономико-статистические, экономико-математическое моделирование и др.

3) Из других областей знаний заимствованы методы социологии, психологии, эстетики, дизайна, экологии и др.

4) Собственно маркетинговые методы - это STEP-анализ (исследования внешней среды), SWOT-анализ (выявление сильных и слабых сторон, благоприятных возможностей и угроз), жизненный цикл товара, трехуровневый анализ товара и др.

Задание 50. Вопрос для собеседования.

Основные направления и объекты маркетинговых исследований

Эталон ответа: К основным направлениям маркетинговых исследований относят следующие исследования: рынка, потребителей, конкурентов, товара, цены, товародвижения, продвижения.

Задание 51. Вопрос для собеседования.

Объекты и показатели в маркетинговых исследованиях

Эталон ответа: масштаб рынка: объем, структура, динамика продаж (сбыт, реализация), предложение, спрос на МФТ и услуги;

тенденции развития рынка: темпы роста и тренды продаж, цен, прибыли и т.д.;

характеристики устойчивости рынка: вариабельность продаж, цен; сезонные колебания и цикличность развития;

жизненные циклы товаров, услуг: динамика реализации с момента внедрения на рынок;

сегментация рынка и потребителей: целевые сегменты рынка и целевые аудитории потребителей;

конъюнктурные оценки рыночной ситуации: оценка состояния рынка с привлечением экспертов и др.

Задание 52. Вопрос для собеседования.

Что такое маркетинговая информация?

Эталон ответа: Это цифры, факты, сведения, слухи, оценки и другие данные, необходимые для анализа и прогнозирования маркетинговой деятельности.

Задание 53. Вопрос для собеседования.

Требования к маркетинговой информации

Эталон ответа: актуальность: представление реальных сведений в нужный момент времени;

достоверность: адекватность сведений реальным событиям;

релевантность (относящийся к делу): получение информации в соответствии с поставленными задачами;

полнота: максимальное использование показателей объекта исследования;

целенаправленность: соответствие информации целям исследования.

Задание 54. Вопрос для собеседования.

Типы информации

Эталон ответа: По месту сбора информации:

Внутренняя - любая информация, полученная из финансово-хозяйственной отчетности и документации фирмы, предприятия, организации;

Внешняя - информация, собираемая за пределами организации, в т.ч. подготовленная статистическими агентами, государственными и общественными организациями; информация публикуемая в СМИ; информация рекламного характера.

По способу получения информации:

Первичная - исследования, проводимые организацией по её заказу (опросы, обследования);

Вторичная - уже существующая информация, собираемая для различных других целей, но может быть использована для конкретных маркетинговых потребностей фармацевтических организаций.

По назначению:

Справочная;

Нормативная;

Аналитическая;

Рекомендательная (прогнозы);

Сигнальная (краткосрочные прогнозы);

Регулирующая (отклонение от плана).

Маркетинговая информация может быть представлена в виде таблиц, текста, матриц, диаграмм, статистических рядов, отчетов и т.д.

Задание 55. Вопрос для собеседования.

Что такое Маркетинговый аудит?

Эталон ответа: это ревизия, обнаружение слабых мест в концепции маркетинга организации, т.е. аудит - это метод контроля за деятельностью организации.

Задание 56. Вопрос для собеседования.

Цель товарной политики

Эталон ответа: предложить потребителям товары удовлетворяющие их потребности.

Задание 57. Вопрос для собеседования.

Задачи товарной политики

Эталон ответа: управление товарным ассортиментом и номенклатурой, жизненным циклом товара и его конкурентоспособностью.

Задание 58. Вопрос для собеседования.

Что такое Жизненный цикл товара?

Эталон ответа: С момента появления на рынке нового ЛС до его ухода с рынка проходит определенный период, который принято называть жизненный цикл товара. Он представляется как динамика сбыта (продажи) или реализации, в которой выделяется ряд этапов (стадии, фазы). Для разных товаров этапы ЖЦТ имеют разную продолжительность, что обуславливает типичные виды ЖЦТ.

Задание 59. Вопрос для собеседования.

Этапы ЖЦТ и их характеристика:

Эталон ответа: Внедрение: низкий уровень продаж, отсутствие прибыли, высокие затраты на производство и продвижение, низкие цены;

Рост: рост продаж, появление прибыли (достижение рентабельности), цены могут расти, высокие затраты на производство и продвижение;

Зрелость и насыщение: высокий уровень продаж (до максимального), высокий уровень прибыли, цены максимальные, затраты на производство и продвижение уменьшаются (массовое производство);

Спад: снижение уровня продаж, уменьшение прибыли до уровня самоокупаемости, цены снижаются, затраты на производство и продвижение товара минимальные.

Задание 60.

В аптеку поступил товар: Мильгамма амп 2 мл №10. Фармацевт «Н» разместила мильгамму в торговом зале, в шкафу с остальными витаминами группы В для энтерального применения. При обращении покупателя за мильгаммой фармацевт «Л» (сменщик) не смогла осуществить отпуск данных ЛП, т.к. не обнаружила его в холодильнике на своем месте хранения и обратилась к заведующей аптеки. Заведующая аптеки сделала строгий выговор фармацевту «Н» за нарушение условий хранения и предложила написать объяснение своих действий. В результате возникла конфликтная ситуация. Фармацевт всю смену была рассеянной. Какой вид конфликта с позиции вовлеченности сторон произошел в аптеке. Реакция заведующей аптеки на ошибку фармацевта может указывать на какой стиль управления коллективом

Эталон ответа: Внутриличностный. Авторитарный (директивный)

Задание 61.

По типу последствий конфликты делятся на _____

Эталон ответа: Функциональные и дисфункциональные

Задание 62.

К дисфункциональным последствиям внутриличностного конфликта относят _____

Эталон ответа: Неудовлетворенность, плохое состояние духа, снижение производительности

Задание 63.

Аптечная организация проводит оценку препарата «Вессел дуо Ф» и ряда других препаратов с точки зрения «необходимости» ассортимента на основании _____

Эталон ответа: VEN-анализа

Задание 64.

Аптечная организация проводит оценку ассортимента и пытается корректировать ассортиментную политику, повышая долю востребованных товаров и платежеспособных клиентов с помощью совмещенного _____

Эталон ответа: ABC-XYZ-анализа

Задание 65.

Естественная убыль лекарственных средств-это потеря, являющаяся следствием_____

Эталон ответа: Естественного изменения биологических или физико-химических свойств лекарственных средств

Задание 66.

Общие правила проведения инвентаризации утверждены _____

Эталон ответа: Приказом Минфина РФ №49 «Об утверждении Методических указаний по инвентаризации имущества и финансовых обязательств»

Задание 67. Вопрос для собеседования.

Как часто должна проводится инвентаризация лекарственных средств, находящихся на предметно-количественном учете, наркотических и психотропных веществ_____

Эталон ответа: Не реже 1 раза в месяц

Задание 68. Вопрос для собеседования.

Как часто рекомендуется проводить инвентаризацию товаров в аптечной организации_____

Эталон ответа: Не реже 1 раза в год

Задание 69.

Выявленное при инвентаризации расхождение фактического наличия ценностей и данных бухгалтерского учета оформляют_____

Эталон ответа: Сличительной ведомостью

Задание 70.

При проведении инвентаризации сведения о фактическом наличии имущества фиксируются в_____

Эталон ответа: Инвентаризационной описи

Задание 71.

Списание товаров в аптеке в связи с боем, порчей, естественной убылью и прочими причинами производится _____

Эталон ответа: Во время инвентаризации

Задание 72.

Под товарным ассортиментом в фармацевтическом маркетинге понимают_____

Эталон ответа: Товары, схожие по функции, потребностям покупателей, диапазону цен

Задание 73.

Реализация препаратов из перечня ЖНВЛП во избежание превышения размеров надбавок может осуществляться в аптечных организациях только при наличии _____

Эталон ответа: Протокола согласования цен

Задание 74.

Проведение в аптеке ABC-анализа предполагает _____

Эталон ответа: Анализ вклада ассортиментных позиций в общий объем затрат по убыванию

Задание 75.

Одним из обязательных пунктов договора с дистрибьютором о поставке товаров аптечного ассортимента является раздел _____

Эталон ответа: Качество товара

Задание 76.

Приемочный контроль в аптеке регулирует _____

Эталон ответа: Приказ МЗ РФ №647н «Об утверждении правил надлежащей аптечной практики ЛП для медицинского применения»

Критерии оценивания при зачёте

Отметка	Дескрипторы		
	прочность знаний, полнота выполнения заданий текущего контроля	умение объяснять сущность явлений, процессов, делать выводы	логичность и последовательность
зачтено	прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, полнота раскрытия темы, владение терминологическим аппаратом при выполнении заданий текущего контроля. Более 70 процентов заданий текущего контроля выполнены.	умение объяснять сущность явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры, проявленные при выполнении заданий текущего контроля.	логичность и последовательность, проявленные при выполнении заданий текущего контроля.
не зачтено	недостаточное знание изучаемой предметной области, неудовлетворительное раскрытие темы, слабое знание основных вопросов теории, допускаются существенные ошибки при выполнении заданий текущего контроля. Менее 70 процентов заданий текущего контроля выполнены.	слабые навыки анализа явлений, процессов, событий, ошибочность или неуместность приводимых примеров, проявленные при выполнении заданий текущего контроля.	отсутствие логичности и последовательности при выполнении заданий текущего контроля.

Критерии оценивания тестового контроля:

процент правильных ответов	Отметки
91-100	отлично
81-90	хорошо
70-80	удовлетворительно
Менее 70	неудовлетворительно

При оценивании заданий с выбором нескольких правильных ответов допускается одна ошибка.

Критерии оценивания собеседования:

Отметка	Дескрипторы		
	прочность знаний	умение объяснять (представлять) сущность явлений, процессов, делать выводы	логичность и последовательность ответа
отлично	прочность знаний, знание основных процессов изучаемой предметной области, ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владением терминологическим аппаратом; логичностью и последовательностью ответа	высокое умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры	высокая логичность и последовательность ответа
хорошо	прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; свободное владение монологической речью, однако допускается одна - две неточности в ответе	умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; однако допускается одна - две неточности в ответе	логичность и последовательность ответа
удовлетворительно	удовлетворительные знания процессов изучаемой предметной области, ответ, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории. Допускается несколько ошибок в содержании ответа	удовлетворительное умение давать аргументированные ответы и приводить примеры; удовлетворительно сформированные навыки анализа явлений, процессов. Допускается несколько ошибок в содержании ответа	удовлетворительная логичность и последовательность ответа
неудовлетворительно	слабое знание изучаемой предметной области, неглубокое раскрытие темы; слабое знание основных вопросов теории, слабые навыки анализа явлений, процессов. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа	неумение давать аргументированные ответы	отсутствие логичности и последовательности ответа

Критерии оценивания ситуационных задач:

Отметка	Дескрипторы			
	понимание проблемы	анализ ситуации	навыки решения ситуации	профессиональное мышление
отлично	полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию, выполнены	высокая способность анализировать ситуацию, делать выводы	высокая способность выбрать метод решения проблемы, уверенные навыки решения ситуации	высокий уровень профессионального мышления
хорошо	полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию, выполнены	способность анализировать ситуацию, делать выводы	способность выбрать метод решения проблемы, уверенные навыки решения ситуации	достаточный уровень профессионального мышления. Допускается одна-две неточности в ответе
удовлетворительно	частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены	удовлетворительная способность анализировать ситуацию, делать выводы	удовлетворительные навыки решения ситуации, сложности с выбором метода решения задачи	достаточный уровень профессионального мышления. Допускается более двух неточностей в ответе либо ошибка в последовательности решения
неудовлетворительно	непонимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены. Нет ответа. Не было попытки решить задачу	низкая способность анализировать ситуацию	недостаточные навыки решения ситуации	отсутствует