

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Куижева Саида Казбековна
Должность: Ректор
Дата подписания: 15.07.2026 11:48:19
Уникальный программный ключ:
71183e1134ef9cfa69b28c1489271b3c1a975e6f

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

**«Майкопский государственный технологический университет»
Медицинский институт**

Факультет

Послевузовского профессионального образования

Кафедра

Фармации

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по научной работе
и инновационному развитию

Т.А. Овсянникова

«26» 06 2026 года



**ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 33.08.02 УПРАВЛЕНИЕ И ЭКОНОМИКА
ФАРМАЦИИ
(ОРДИНАТУРА)**

Майкоп

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины «Бизнес-проектирование процессов фармацевтических организаций»

Провизор – менеджер должен обладать универсальными (УК) и профессиональными компетенциями (ПК):

Профессиональные компетенции характеризуются:

Универсальные компетенции характеризуются:

- готовностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (УК-1);

контрольно-разрешительная деятельность:

– готовность к проведению процедур ввоза лекарственных средств в Российскую Федерацию и вывоза лекарственных средств из Российской Федерации (ПК-1);

организационно-управленческая деятельность:

– готовность к применению основных принципов управления в профессиональной сфере (ПК-4);

– готовность к организации фармацевтической деятельности (ПК-5);

– готовность к оценке экономических и финансовых показателей, применяемых в сфере обращения лекарственных средств (ПК-6);

– готовность к организации экспертизы лекарственных средств с помощью химических, биологических, физико-химических и иных методов (ПК-8);

– готовность к организации контроля качества лекарственных средств (ПК-9).

**Вопросы к зачету
для проведения промежуточной аттестации
по дисциплине «Бизнес-проектирование процессов фармацевтических
организаций»**

1. Основные нормативные и правовые документы в сфере обращения лекарственных средств.
2. Организационная структура фармацевтической организации. Развитие бизнес- процессов.
3. Основы бизнес-планирования. Методика составления бизнес плана на примере фармацевтической деятельности.
4. Основы организации и осуществления налогового и бухгалтерского учета; внутренний аудит фармацевтической организации.
5. Нормативно-техническая документация, регламентирующая перевозку и проведение экспертизы лекарственных средств.
6. Основные принципы хранения лекарственных средств и других фармацевтических товаров; основные нормативные и правовые документы, регламентирующие хранение.
7. Кадровая политика фирмы, ее сущность, основные компоненты; отбор персонала. Обучение и развитие персонала как фактор повышения конкурентоспособности, методы и принципы управления.
8. Цена. Определение. Виды цен и их классификация. Состав и структура цены. Индекс цен и индекс инфляции.
9. Ценовая политика в аптечной организации.
10. Теория организации и организационный менеджмент.
11. Классическая теория, «доктрина человеческих отношений», «эмпирическая школа управления», «школа социальных систем», «новая школа управления».
12. Процесс стратегического управления. Проблемно-целевое управление. Современная структура школ стратегического менеджмента. Методы проведения исследований в области стратегического менеджмента.
13. Фармакоэкологическая эконометрия новое направление в изучении потребности в ЛС отдельных регионов с учетом мониторинга социальной экологии.
14. Структура фармацевтического рынка. Динамика развития основных звеньев (производство, оптовая и розничная торговля, государственный сектор). Анализ потребительской удовлетворенности.
15. Система маркетинговых исследований в СОЛС.
16. Формальные и неформальные институты, организации сферы обращения лекарственных средств (СОЛС). Иерархия формальных институтов. Различие понятий норма и правило. Институциональные образования и средства.
17. Методы государственного регулирования и механизмы саморегуляции фармацевтического рынка.
18. Правоприменительная практика законодательных актов, затрагивающих

вопросы торговой деятельности, оборота наркотических и сильнодействующих ЛС, защиты прав потребителей и других участников СОЛС.

19.Гарантии государства доступности лекарственных средств.

20.Прикладные стандарты фармацевтической деятельности.

21.Отраслевые регламенты, затрагивающие основные бизнес процессы: закупка, хранение, отпуск, реализация, распределение, уничтожение, перевозка и др. Международные нормы надлежащей практики.

22.Ситуационное использование приемов фармацевтической этики и деонтологии при решении профессиональных проблем.

23.Государственная система контроля качества, эффективности и безопасности лекарственных средств в РФ.

24.Порядок подтверждения соответствия фармацевтической продукции.

25.Нормативно-правовое регулирование процедур по стандартизации. Стандарты ISO. Стандартные операционные процедуры(разработка). Уполномоченный по качеству: права и обязанности. Самоинспекция.

26.Структура кадрового потенциала на фармацевтическом рынке. Кадровая политика.

27.Процедуры управления персоналом: планирование, найм; адаптация; организация рабочего места; ротация; мотивация и стимулирование; высвобождение. Аттестация провизоров и фармацевтов.

28.Проблемы профессиональной мобильности.

29.Признаки товара. Институциональные особенности формирования.

30.Управленческий цикл. Приемы маркетингового и экономического анализа.

31.Приемы продвижения лекарственного и нелекарственного ассортимента.

32.Лицензирование фармацевтической деятельности.

33.Характеристика оптовых посредников. Требования к аптечным складам. Складская логистика.

34.Формирование доходов организации. Объективные и субъективные факторы, влияющие на доходы фармацевтической организации.

35.Содержание современных технологий управления продажами (сбалансированная система оценочных показателей; техника НЛП, построение программ лояльности и др.).

36.Формальные и неформальные контракты. Система государственных закупок. Контрактные отношения внутри организации.

37.Регулирование ценообразования на лекарственные препараты и свободное ценообразование. Порядок регистрации цен.

38.Формирование ценовой политики.

39.Тенденции использования методов фармакоэкономического анализа в РФ и за рубежом. Стандарты лечения. Формирование Перечня ЖНВЛП.

40.Дизайн фармакоэкономического исследования. Проблема выбора метода, оценки эффективности, затрат, критических критериев оценки полезности и качества жизни.

41. Характеристика методов фармакоэкономического анализа. Математическое моделирование.
42. Понятие конкурентной среды фармацевтического рынка и конкурентоспособности фармацевтической организации.
43. Методы анализа конкурентной среды (контурный анализ, SWOT-анализ, расчет индексов).
44. Регулируемая конкурентная среда. Антимонопольное законодательство РФ.
45. Методические подходы к анализу конкурентоспособности фармацевтической организации и ее ассортимента.
46. Выбор стратегии конкурентоспособности.
47. Хозяйственный учет как информационная система для принятия управленческих решений.
48. Виды учета (оперативный, бухгалтерский, управленческий, финансовый, налоговый), учетные измерители.
49. Хозяйственные средства фармацевтической организации: состав, размещение, использование и источники образования. Хозяйственные процессы.
50. Учетная политика организации для целей бухгалтерского учета и для целей налогообложения.

**Примерные тестовые задания для проведения текущего контроля
знаний по дисциплине «Бизнес-проектирование процессов
фармацевтических организаций»**

1. Анализ соотношения между совокупным доходом и совокупными издержками с целью определения прибыльности при различных уровнях производства – это:

1. анализ безубыточности
2. анализ возможностей производства и сбыта
3. анализ деятельности предприятия.
4. анализ среды

2. Анализ финансовой устойчивости ориентирован на :

1. оценку надежности предприятия с точки зрения его платежеспособности
2. оценку конкурентоспособности предприятия
3. создание и использование инструментария, позволяющего найти лучшее сочетание цены продукта, объема его выпуска и реально планируемых продаж
4. характеристику платежеспособности предприятия

3. Если фирма рискует тем, что в худшем случае произойдет покрытие всех затрат, а в лучшем – получит прибыль намного меньше расчетного уровня – эта область рис-ка называется как:

1. критического
2. минимального
3. недопустимого
4. повышенного

4. Изъятие существующих продуктов из производственной программы предприятия; прекращение производства товара; вывод товара с рынка как потерявшего конкурентоспособность на рынке и спрос – это...

1. вариация имиджа товара
2. вариация товара
3. конкурентоспособность товара
4. элиминация

5. Инвестиции могут осуществляться в форме (укажите не менее 2-х вариантов ответов):

1. денежных средств;
2. зданий, сооружений, машин, оборудования и другого имущества;

3. информационной поддержки нематериальных активов, оцениваемых денежным эквивалентом;

6. Инновационные бизнес-проекты классифицируются следующим образом:

1. нет верного варианта.
2. социальные, организационные, коммерческие
3. технические, коммерческие, социальные
4. экономические, социальные, организационные

7. Используя модель Альтмана можно спрогнозировать банкротство на один год можно с точностью до (значение в процентах):

1. 50
2. 60
3. 75
4. 90

8. Источниками инвестиций являются:

1. ассигнование из бюджетов различных уровней, фондов поддержки предпринимательства
2. все варианты верны

3. иностранные инвестиции в форме финансового или иного участия в уставном капитале и в форме прямых вложений

4. нет верного ответа

5. различные формы заемных средств

6. собственные финансовые средства, иные виды активов (основные фонды, земельные участки, промышленная собственность и т. п.) и привлеченные средства

9. К какому разделу бизнес-плана относится информация о жизненном цикле продукта:

1. финансы
2. краткое описание или резюме проекта
3. рынок и маркетинговая стратегия
4. управление и процесс принятия решений
5. производство и эксплуатация
6. бизнес и его стратегия

10. Какая группа факторов составляет основу для позиционирования продукта?

1. восприятие продуктов потребителями
2. намерение потребителей совершить покупку.
3. поведение покупателей после покупки;
4. поведение покупателей при покупке

11.Входит ли в структуру бизнес-плана организационный и финансовый планы :

1. Да;
2. Нет;
3. Только организационный;
4. Только финансовый;
5. Только маркетинговый и план производства;

12. Проектирование организационной структуры управления предполагает планирование:

1. Управленческих групп;
2. Управленческих команд;
3. Связей между управленческими группами и командами;
4. Верно 1 и 2;
5. Все ответы верны

13. Выручка от реализации организации составит 125 тыс. руб., совокупные переменные расходы — 80 тыс. руб., постоянные расходы— 16тыс.руб. Прибыль организации будет равна:

1. 35 тыс. руб.
2. 40 тыс. руб.
3. 45 тыс. руб.
4. 29 тыс. руб.

14. Ключевые менеджеры это -

А. Менеджеры, занимающие основные руководящие посты;

Б. Менеджеры отвечающие за разработку концепции и стратегии компании;

В. Все менеджеры являются ключевыми;

1. Верно только А
2. Верно только Б
3. Верно только В
4. Верно А и Б

5. Все варианты верны

15. Информация по ключевым менеджерам должна включать в себя

:

- А. ФИО, год рождения;**
- Б. Номер и серия паспорта;**
- В. Стаж работы;**
- Г. Занимаемая должность;**
- Д. Уровень и условия вознаграждения;**
- 1. А, В, Д;
- 2. Б, Г, Д;
- 3. А, Б, В, Г, Д;
- 4. А, Г, Д;
- 1. 5.А, Б, Г;

16. В какой из программ используется текстовая заготовка бизнес-плана?

- 1. «АЕ-Project»
- 2. «Бизнес-планер»
- 3. Альт - инвест

17. Кадровая политика -

А. Система правил и норм работы с персоналом;
Б. Обеспечивает процессы воспроизводства, управления и развития персонала;

В. Осуществляется в соответствии с выбранной стратегией организации;

- 1. Верно только А
- 2. Верно только Б
- 3. Верно только В
- 4. Нет правильного ответа
- 5. Все ответы верны

18. При разработке календарного плана учитываются:

- 1. Затраты времени на выполнение работ;
- 2. Сроки выполнения;
- 3. Последовательность проведения работ;
- 4. Учитываются только 1 и 2
- 5. Учитывается все 1,2,3

19. Затраты времени на выполнение работ это затраты на :

- А. Государственную регистрацию;**
- Б. Оформление лицензий;**
- В. Заключение договоров аренды помещений;**
- Г. Разработка рабочего проекта;**
- 1. А,В,Г

2. А,Б,Г
3. Б,В,Г
4. А,Б,В, Г
5. А,Г

20. Постоянные затраты предприятия за месяц составили 72 тыс. руб., а переменные — 6 руб. за штуку. Цена изделия — 15 руб. Определите его себестоимость и ставку покрытия при выпуске и продаже 12 000 шт.:

1. ни один ответ не верен
2. 12 руб. и 7 руб. соответственно
3. 7 руб. и 11 руб. соответственно

21. Спрос в маркетинге характеризуется как

1. потребность, обеспеченная покупательной способностью
2. ощущение потребителем нехватки чего-либо
3. особая форма товарно-денежных отношений
4. заинтересованность покупателя в приобретении товаров

22. Закон предложения утверждает, что

1. с повышением цены на товар возрастает предложение (при прочих равных условиях)
2. повышение цены на товар ведёт к уменьшению величины спроса (при прочих равных условиях)
3. с понижением цены на товар предложение увеличивается (при прочих равных условиях)
4. инфляцию можно определить, как дисбаланс между спросом и предложением

23. Для определения количественного влияния различных факторов на величину спроса на лекарственные препараты следует рассчитать коэффициенты

1. корреляции и эластичности
2. риска списания
3. скорости реализации
4. ликвидности

24. Спрос можно считать эластичным, если при

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

25. Коэффициент ценовой эластичности спроса показывает, на сколько процентов спрос на товар

1. увеличивается при снижении его цены на 1 %
2. увеличивается при увеличении его цены на 1%
3. уменьшается при снижении его цены на 1% Г) уменьшается при снижении цены товара-заменителя на 1%
4. не изменился

26. Совокупность мероприятий, направленных на увеличение сбыта на местах про-даж товаров, называется

1. ценовая политика
2. мерчандайзинг
3. логистика
4. ассортиментная политика

27. Понятие конкурентоспособности продукции означает соответствие товара:

1. условиям реализации
2. условиям рынка
3. требованиям покупателя

28. Какие из перечисленных ниже организаций не принадлежат к микроокружению современного предприятия?

1. поставщик упаковочных материалов
2. компания закупающая продукцию фабрики
3. налоговая полиция
4. банк обслуживающий фабрику

29. Основные процессы, которые необходимо организовать для функционирования маркетинговой информационной системы?

1. принятие решения по управлению предприятием
2. сбор, переработка, анализ, передача и хранение информации
3. принятие решений по управлению маркетингом
4. все ответы верны

30. Риск, связанный с убытками от пожаров, несчастных случаев, катастроф и других стихийных бедствий:

1. Финансовый риск;
2. Научно-технический риск;
3. Политический риск;
4. Внешнеэкономический риск.

31. Какой метод ценообразования рекомендуется применять при принятии решений по одноразовым (индивидуальным, немассовым) заказам.

1. метод рентабельности инвестиций
2. метод стоимости изготовления
3. метод полных издержек
4. методы маркетинговых оценок
5. метод маржинальных издержек

32. Если цена реализации — 16 руб., переменные затраты на единицу — 10 руб., постоянные затраты за период — 120 руб. Сколько единиц продукции обеспечат получение прибыли в размере 120 руб.:

1. 100ед.
2. ни один ответ не верен
3. 50ед.
4. 40ед.

33. Предприятие изготавливает электролампы. Удельные переменные расходы составляют 50 руб. Совокупные постоянные издержки — 1 млн.руб. Цена продажи электроламп рассчитывается исходя из их полной себестоимости, увеличенной на 10%-ю наценку. Какова цена реализации электроламп при объеме производства 100 000 шт.?

1. 58 руб.
2. 70 руб.
3. 75 руб.
4. 66 руб.

34. Инвестор имеет 1 520 000руб. Он хочет положить их на 6 месяцев под 144% годовых. Какую сумму инвестор получит через полгода?

1. 2 614 400 руб.
2. 3320 600 руб.
3. 1918 200руб.
4. 4 114 800 руб.

35. К техническим рискам относится вероятность:

1. увеличения расхода материальных затрат в результате перерасхода материалов
2. снижения цен, по которым планировалось реализовывать продукцию или услугу, в связи с ее недостаточным качеством

3. снижения намеченных объемов производства и реализации продукции вследствие снижения производительности труда

4. потерь вследствие отрицательных результатов научно-исследовательских работ

36. Избежание риска — это:

1. передача ответственности
2. проведение предупредительных мероприятий
3. уклонение от мероприятий, связанных с риском

37. Относится ли к страхованию предпринимательской деятельности:

1. страхование риска утраты имущества
2. страхование на дожитие
3. страхование на случай смерти
4. неисполнение обязательств

38. Основной целью _____ плана является отражение планируемого объема выручки, стоимости продаж, чистой прибыли и движения финансовых потоков.

1. промышленного
2. маркетингового
3. производственного
4. финансового

39. Маржинальная прибыль составляет 150 тыс. руб. Постоянные издержки — 90 тыс. руб. Руководство предприятия намерено увеличить выручку от реализации на 10%. Рассчитайте сумму прибыли, соответствующую новому уровню выручки:

1. 15 000 руб.
2. 30 000 руб.
3. 66 000 руб.
4. 75 000 руб.

40. Разработка годового плана начинается с плана...

1. по труду и кадрам
2. производства
3. продаж
4. материально-технического обеспечения

41. Расчеты себестоимости выпускаемой продукции (услуг) выполняются в ____ разделе бизнес-плана.

1. финансовом
2. маркетинговом
3. производственном
4. организационном

42. Резюме бизнес-плана содержит краткие сведения о (об) ...

1. рынках сбыта, конкурентах, и результаты маркетингового анализа рынка
2. сущности предлагаемого проекта и его эффективности
3. месте расположения объекта инвестиций
4. технологическом процессе планируемого производства

43. Более высокую цену можно установить, если спрос

1. единичной эластичности
2. неэластичный
3. сезонный
4. эластичный

44. В группу условий совершенной конкуренции входит условие:

1. имеется много продавцов и покупателей и каждый из них производит лишь малую долю всего объема этого товара
2. информация о рыночном уровне цен для продавцов и покупателей крайне скудна
3. отсутствуют входные барьеры для вступления в отрасль для нового производителя и нет препятствия для выхода их из отрасли
4. товар должен быть совершенно однороден с точки зрения покупателя

45. В какую сторону цена может отклоняться от стоимости:

1. цена всегда выше стоимости
2. цена всегда равна стоимости
3. цена может быть выше или ниже стоимости
4. цена не может отклоняться от стоимости ни при каких условиях

46. В России стратегия монополистического ценообразования

1. законом не запрещена
2. запрещена законом
3. запрещена этикой рынка
4. разрешается

47. Верхняя граница цены определяется

1. затратами и максимальной прибылью
2. спросом

3. суммой внешних и внутренних затрат
4. суммой постоянных и переменных затрат

48. Закупочные цены используются для ...

1. реализации промышленной продукции организациям
2. реализации сельхозпродукции населению
3. реализации сельхозпроизводителями своей продукции государству и организациям в больших объёмах
4. скупки сырья и материалов у организаций

49. Под предпринимательским риском понимается:

1. разрушение объекта с расчисткой площади под новое строительство
2. разрушение объекта в результате урагана

50. Государственное регулирование цен на отдельные виды продукции отражает выполнение ценами функции:

1. распределительной
2. регулирующей
3. стимулирующей
4. учетно-измерительной

**Примерные ситуационные задачи для проведения текущего
контроля и контроля остаточных знаний по дисциплине
«Бизнес-проектирование процессов фармацевтических
организаций»**

Ситуационная задача 1

Руководство аптечной организации «Кадуцей» создало план по автоматизации аптеки.

Вопросы:

1. Какие процессы в аптечной организации должны быть автоматизированы в первую очередь?
2. Какие преимущества получает аптечная организация при автоматизации процессов?
3. Имеются ли риски при автоматизации работ?
4. Товары, разрешенные к отпуску из аптечных организаций.
5. Методика оценки и выбора поставщика.

Ситуационная задача 2

Аптечная организация проводит анализ спроса населения на лекарственный препарат «Витрум» и факторы, влияющие на него. Иногда наблюдаются перебои в его поставке. В результате изучения спроса, установлено, что коэффициент ценовой эластичности составляет - 2,0, а коэффициент походной эластичности равен + 4,0.

Вопросы:

1. Экспертная оценка рисков, связанных с поставками товара в аптеку, их последствия и методы профилактики.
2. Назовите виды спроса по степени их удовлетворения и методики их расчета.
3. 3.Определите уровень логистического канала товародвижения. Назовите критерии выбора поставщика.
4. Схема разработки бизнес-плана.
5. Нормативно-правовое регулирование контроля качества лекарственных средств.

Ситуационная задача 3

Руководство аптечной организации «Мелодия здоровья» создало план по автоматизации аптеки.

Вопросы:

1. Какие процессы в аптечной организации должны быть автоматизированы в первую очередь?
2. Основные функции системного администратора (представителя ИТ-службы) в аптечной организации.
3. Какие справочники в помощь провизору-технологу можно включить в комплексную программу автоматизации рабочего места?
4. Экспертная оценка рисков, связанных с поставками товара в аптеку,

их последствия и методы профилактики.

5. Содержание и структура стратегического управления.

Ситуационная задача 4

Аптечная организация проводит анализ спроса населения на лекарственный препарат «Центрум» и факторы, влияющие на него. Иногда наблюдаются перебои в его доставке. В результате изучения спроса, установлено, что коэффициент ценовой эластичности составляет - 4,0, а коэффициент подоходной эластичности равен + 6,0.

Вопросы:

1. Назовите виды спроса по степени их удовлетворения и методики их расчета.
2. Факторы, влияющие на спрос лекарственных средств?
3. Инновационные методы в управлении развитием фармацевтического рынка России.
4. Общая процедура внутреннего аудита в аптечной организации.
5. Стандартизация в фармации.

Ситуационная задача 5

При расчете с покупателем провизор не смог рассчитать клиента из-за отсутствия сдачи. Клиент был возмущен, потребовал «жалобную» книгу. Провизор предоставил «жалобную» книгу.

Вопросы:

1. Цели, задачи, принципы мерчандайзинга в аптечной организации.
2. Порядок ввоза лекарственных средств на территорию Российской Федерации.
3. Особенности управления в организациях различных организационно-правовых форм.
4. Место стратегической системы управления в бизнес процессах.
5. Принципы максимизации прибыли и минимизации убытков.

Ситуационная задача 6

Посетитель обратился в аптеку за препаратом «Ципрофлоксацин» и просит продать лекарство без рецепта. Фармацевт отказала в отпуске препарата без рецепта. Посетитель обратился к заведующему аптекой с жалобой. Посетитель вместе с директором вернулся в от-дел безрецептурного отпуска, где в это время стоящие в очереди посетители раздраженно перечисляли недостатки в оформлении витрин отдела: лекарственные препараты расположены таким образом, что ценники закрывают их наименования, большая часть витрин занята препаратами группы противогрибковых, противозачаточных препаратов, а также препаратов для снижения веса, для лечения желудочно-кишечных заболеваний, дорогостоящей лечебной косметикой, в то время как лекарственные препараты для лечения сезонных респираторных заболеваний и гриппа расположены в самом дальнем углу и их с трудом можно обнаружить.

Вопросы:

1. Имеют ли место в аптеке нарушения принципов мерчандайзинга? Если да, то какие?
2. На размере какого элемента товарных запасов отразится наличие частых перебоев в поставках со стороны поставщика? С какой целью создается данный товарный запас?
3. Вывоз лекарственных средств с территории Российской Федерации.
4. Виды внутриаптечного контроля качества лекарственных средств.
5. Система государственного контроля качества ЛС в России.

Ситуационная задача 7

В аптеку обратился посетитель с просьбой о замене ранее приобретенного им лекарственного препарата «Вольтарен» 3 мл № 5 в ампулах по цене на лекарственный препарат «Диклофенак» 3 мл фл. № 5. Посетитель объяснил, что «Вольтарен» является для него достаточно дорогим. Кроме этого, посетитель потребовал предъявить ему оригинал сертификата качества на оба лекарственных препарата.

Вопросы:

1. Каков порядок формирования цен на лекарственные препараты, включенные в Перечень ЖНВЛП?
2. Назовите стадии жизненного цикла товаров. По каким признакам их можно определить?
3. Схема построения базисных факторных моделей управления бизнес-процессами аптечной организации.
4. Бизнес – процессы внутреннего аудита в аптечной организации.
5. Этапы осуществления государственного контроля качества лекарственных средств.

Ситуационная задача 8

В аптеке витаминные глазные капли состава:

Тиамин бромид 0,005

Кислоты аскорбиновой 0,1

Воды очищенной 10 мл

готовят в качестве внутриаптечной заготовки. В результате округления цен образовалась дооценка по лабораторно-фасовочным работам, сумма которой за месяц составила 2500руб. В течение месяца было продано 800 флаконов этих капель. Аптека, ориентируясь на увеличение объема продаж, снизила цены на глазные капли на 15%, при этом объем продаж возрос на 50%.

Вопросы:

1. Правильно ли выбрана стратегия ценообразования на глазные капли в аптеке? Сформулируйте вывод об эластичности спроса на глазные капли, исходя из величины коэффициента ценовой эластичности.
2. Назовите виды спроса по степени их удовлетворения и методики расчета отдельных видов.
3. Юридические лица, которым разрешен ввоз лекарственных средств на

территорию Российской Федерации.

4. Технологическая карта процесса: «Заказ, приемка, ценообразование».
5. Сертификация ЛС и оценка их соответствия.

Ситуационная задача 9

Посетитель обратился в отдел безрецептурного отпуска аптеки за ЛП «Нитроглицерин» в таблетках. Фармацевт отдела, назвав цену, попросила дать деньги без сдачи. Покупатель протянул крупную купюру, объяснив, что других денег у него нет. Фармацевт отказала в отпуске препарата из-за отсутствия в кассе разменных денег. Не найдя «Книгу жалоб и предложений» в торговом зале, посетитель обратился к директору аптеки с жалобой.

Посетитель вместе с директором вернулся в отдел безрецептурного отпуска, где в это время стоящие в очереди посетители раздраженно перечисляли недостатки в оформлении витрин отдела: лекарственные препараты расположены таким образом, что ценники закрывают их наименования; большая часть витрин занята препаратами группы противогрибковых, противозачаточных препаратов, а также препаратов для снижения веса, для лечения желудочно-кишечных заболеваний, дорогостоящей лечебной косметикой, в то время как лекарственные препараты для лечения сезонных респираторных заболеваний и гриппа расположены в самом дальнем углу, и их с трудом можно обнаружить.

Вопросы:

1. Имеют ли место в аптеке нарушения принципов мерчандайзинга? Если да, то какие?
2. Назовите приходные и расходные кассовые операции, в каких учетных документах они отражаются.
3. Отличительные черты договора поставки.
4. Организационно-правовые формы собственности фармацевтических организаций, их преимущества и недостатки.
5. Оценка возможностей использования методических подходов к инновационному управлению стратегическим развитием фармацевтического рынка.

Ситуационная задача 10

Директор аптеки заключил контракт с фирмой «Здоровье» на поставку лекарственного препарата амоксициллин таблетки, покрытые пленочной оболочкой №10. Объем партии составил 110 уп. по цене 70 руб. за упаковку; вся партия была реализована. Повторный договор заключен с фирмой «Прогресс», где цена за единицу упаковки на 8% ниже. Однако, реализация по более низкой цене за аналогичный период увеличилась незначительно и составила 130 упаковок. Розничная цена данного лекарственного препарата в аптеке составила 89 руб. Цель ценообразования в аптеке ориентирована на увеличение объема продаж.

Вопросы:

1. Добились ли в аптеке реализации цели ценообразования, если нет, то по какой причине. Как в данном случае можно добиться увеличения объема

продаж?

2. Предложите методику формирования в аптеке розничной цены на препарат, при условии, что лекарственный препарат включен в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов для медицинского применения? Какой размер торговой надбавки был установлен в аптеке?

3. Назовите основные этапы и критерии выбора поставщика.

4. Управление предпринимательскими рисками. Факторы, влияющие на уровень предпринимательского риска.

5. Нормативно-правовое регулирование контроля качества лекарственных средств

Ситуационная задача 11

В аптеку города А обратились два пациента. Первый пациент пришел с рецептом, выписанным на таблетки «Элениум». Рецепт выписан на форме № 148-1/у-88, имеет все основные реквизиты, скреплен подписью и личной печатью врача. Провизор принял рецепт и отпустил лекарство. Второй пациент обратился за лекарственным препаратом «Панкреатин», но данный препарат отсутствовал в аптеке.

Вопросы:

1. Какой вид спроса по степени удовлетворения возник в аптеке на «панкреатин»? Какой вид запаса не был сформирован в аптеке, и как его рассчитать?

2. Назовите стадии жизненного цикла товаров. По каким признакам их можно определить?

3. Документы, представляемые в таможенные органы Российской Федерации при ввозе лекарственных средств на территорию Российской Федерации

4. Преимущества стратегического подхода к управлению.

5. Порядок проведения внутреннего аудита в аптеке.

Ситуационная задача 12

В октябре по плану 23 рабочих дня. Фактически работником было отработано 19 дней. По результатам работы предприятия специалисты премируются в размере 30% от фактического месячного оклада.

Вопросы:

1. Дайте определение заработной плате.

2. Прогрессивные системы оплаты труда. Преимущества и недостатки.

3. Определить месячный заработок бухгалтера с месячным окладом 8 тыс. руб.

4. Классификация предпринимательских рисков и виды потерь.

5. Структура бизнес-плана инвестиционного проекта.

Ситуационная задача 13

Индивидуальный предприниматель имеет сеть аптек в городе с

населением около 100 тысяч человек. У предпринимателя налажены стабильные связи с поставщиками. Предполагается расширение бизнеса, для чего берётся в банке кредит.

Вопросы:

1. Каналы распределения товаров. Уровни каналов.
2. Алгоритм для управления предпринимательского риска.
3. Три варианта развития ситуации на предприятии при внедрении процессного под-хода.
4. Принципы для максимизации прибыли и минимизации убытков.
5. Система государственного контроля качества ЛС в России.

Ситуационная задача 14

Устоявшаяся доля рынка организации тем выше, чем выше лояльность потребителей к данной организации, то есть вероятность того, что потребитель купит товар именно у неё. Модель Маркова позволяет рассчитать возможность переключения потребителей на товар компании-конкурента.

Вопросы:

1. Документы, представляемые в таможенные органы Российской Федерации при ввозе лекарственных средств на территорию Российской Федерации.
2. Организационно-правовые формы собственности фармацевтических организаций, их преимущества и недостатки.
3. Организация проведения экспертизы качества, эффективности и безопасности ЛС.
4. Функции канала распределения.
5. Определение оптимального размера заказа (партии поставки).

Ситуационная задача 15

Аптека составляет план продаж в стоимостном выражении на следующий год. Для этого необходимо вычислить среднегодовую цену препарата «Омепразол» за прошедший год. В начале года цена была 50 руб. за единицу, с 01.03 она повысилась на 15 %, а с 01.06 – ещё на 17 %. Оборот по реализации за год составил 100 000 единиц, в том числе за 1 квартал – 20 000 шт., из них в марте – 8000; за 2 квартал – 35 000 шт., из них в июне – 16 000. Планируемый уровень инфляции на следующий год составляет 17 %.

Вопросы:

1. Какую цену необходимо включить в план продаж? Сделайте расчеты.
2. Формирование ценовой политики в аптеке.
3. Функции канала распределения.
4. Этапы осуществления государственного контроля качества лекарственных средств.
5. Лекарственные средства, подлежащие предварительному контролю качества.