Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ковтун Ольга Петровна Должность: ректорфедеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

Дата подписания: 28.07.2023 14:34:34 высшего образования

Уникальный программный ключ: уникальный программный ключ: «Уральский государственный медицинский университет» . f590ada38fac7f9d3be3160b34c218b72d19757c

218b72d19757c Министерства здравоохранения Российской Федерации

Кафедра управления и экономики фармации, фармакогнозии

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности и молодежной политике

д.м.н., доцент Т.В. Бородулина

Фонд оценочных средств по дисциплине «ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК»

Специальность: 33.05.01 Фармация

Уровень высшего образования: специалитет

Квалификация выпускника: провизор

1) Кодификатор результатов обучения по дисциплине

Категория (группа) ком- петенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Индекс трудовой функции и ее содержание (из ПС)	Дидакти- ческая единица	Контролируемые у зультате освоения	учебные элементы, фо дисциплины	рмируемые в ре-	Методы оценивания результатов освоения дисци-	
,				(ДЕ)	Знания	Умения	Навыки	плины	
Обязательные	ПК-6. Способен принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации	ИДпк-6-1 Определяет экономические показатели товарных запасов лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента	02.012 Специалист в области управления фармацевтической деятельностью А/01.7 Планирование деятельности фармацевтической организации А/02.7 Организация ресурсного обеспечения фармацевтической организации	ДЕ1	Знать структуру и принципы функционирования фармацевтического рынка;	находить информацию о конъюнктуре фармацевтического рынка;	Структурирования фармацевтического рынка	Тест -1 (входной контроль знаний); Устный опрос;	
Обязательные	ПК-6. Способен принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации	ИД _{ПК-6} 2 Выбирает оптимальных поставщиков и организует процессы закупок на основе результатов исследования рынка поставщиков лекарственных средств для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента ИД _{ПК-6} 3 Контролирует исполнение договоров на поставку лекарственных средств для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента	02.006 Провизор А/02.7 Проведение приемочного контроля поступающих в аптечную организацию лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента 02.006 Провизор А/03.7 Обеспечение хранения лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента	ДЕ2	Знать состав и координацию комплекса фармбизнеса;	провести ком- плексное исследо- вание фармацевти- ческого рынка;	Формирования спроса на рын- ках фармацев- тической про- дукции.	Тест -1 (входной контроль знаний); Устный опрос;	
Обязательные	ПК-6. Способен принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации	ИД _{ПК-6.} -4 Проводит приемочный контроль поступающих лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента, проверяя и оформляя сопроводительные документы в установленном порядке	02.006 Провизор А/02.7 Проведение приемочного контроля поступающих в аптечную организацию лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента 02.006 Провизор А/03.7	ДЕ3	Знать каналы распределения лекарственных препаратов;	провести анализ ассортимента компании-производителя лекарственных препаратов;	Методы шка- лирования, обеспечиваю- щие приведе- ние каче- ственно разно- родных данных к числовым по- казателям.	Тест -1 (входной контроль знаний); Устный опрос;	

			Обаспанация уронация по					
			Обеспечение хранения ле-					
			карственных средств и дру-					
			гих товаров аптечного ас-					
			сортимента					
Обязательные	ПК-6. Способен принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации	ИДпк-65 Проводит изъятие из обращения лекарственных средств и товаров аптечного ассортимента, пришедших в негодность, с истекшим сроком годности, фальсифицированной, контрафактной и недоброкачественной продукции ИДпк-66 Осуществляет предметно-количественный учет лекарственных средств в уста-	02.006 Провизор А/02.7 Проведение приемочного контроля поступающих в аптечную организацию лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента 02.006 Провизор А/03.7 Обеспечение хранения лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента	ДЕ4	Знать требования к маркетинговой информации;	сформулировать требования к маркетинговой стратегии компа- нии;	методами и приемами анализа жиз- ненного цикла на при- мере безре- цептурных лекарствен- ных средств;	Тест -1 (входной контроль знаний); Устный опрос;
		новленном порядке	· · ·					
Обязательные	ПК-6. Способен принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации	ИД _{ПК-6.} -5 Проводит изъятие из обращения лекарственных средств и товаров аптечного ассортимента, пришедших в негодность, с истекшим сроком годности, фальсифицированной, контрафактной и недоброкачественной продукции	02.006 Провизор А/02.7 Проведение приемочного контроля поступающих в аптечную организацию лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента 02.006 Провизор А/03.7 Обеспечение хранения лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента	ДЕ5	Знать методы анализа поку- пательских предпочтений	определить степень монополизации фармацевтического рынка;	современ- ными мето- дами сбора и обработки данных полу- ченных с фар- мацевтиче- ского рынка;	Тест -1 (входной контроль знаний); Устный опрос

Обязательные	ПК-6. Способен принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации	ИДпк-65 Проводит изъятие из обращения лекарственных средств и товаров аптечного ассортимента, пришедших в негодность, с истекшим сроком годности, фальсифицированной, контрафактной и недоброкачественной продукции ИДпк-66 Осуществляет предметно-количественный учет лекарственных средств в установленном порядке	02.006 Провизор А/02.7 Проведение приемочного контроля поступающих в аптечную организацию лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента	ДЕ6	Знать Рыночную систему сбыта и реализации лекарств	дать рекомендации по разработке новых и перспективных лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента.	Алгоритмами проведения маркетинговых исследований товаров аптечного ассортимента;	Тест -1 (входной контроль знаний); Устный опрос
Обязательные	ПК-6. Способен принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации	ИДпк-67 Организует контроль за наличием и условиями хранения лекарственных средств для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента	02.006 Провизор А/03.7 Обеспечение хранения ле- карственных средств и других товаров аптечного ассортимента	ДЕ7	Знать понятие риска в маркетинге товаров аптечного ассортимента	Владеть SWOT- анализом.	Применения матрицы «БКГ».	Тест -1 (входной контроль знаний); Устный опрос

2) Оценочные средства для промежуточной аттестации

2.1. Тестовые задания

- 1. С 1992 года на территории РФ производство фармацевтических субстанций неуклонно
- А. Повышалось

Б. Снижалось

- В. Было постоянным
- Г. Изменялось экспоненциально
- 2. Сколько видов фармацевтических субстанций производилось в РФ в 1992 году?
- A. 272
- Б. 1800
- B. 145
- Γ. 3467
- 3. За период 2011-2014 гг. на средства федерального бюджета была разработана технология получения такой фармацевтической субстанции, как
- А. Платифиллина гидротартрат
- Б. Атракурия бесилат
- В. Метамизол натрия

Г. Атазанавир

- 4. В 2015 году на разработку новых лекарств и создание новых технологий получения фармацевтических субстанций было выделено из федерального бюджета РФ не менее
- А. 1 млрд руб.

Б. 8,5 млрд руб.

- В. 2,7 млрд руб.
- Г. 10,3 млрд руб.
- 5. Отечественная компания АО «Биохимик» в 2018 г. открыла в Мордовии первый в России завод по производству полного цикла новейших
- А. Анестетиков
- Б. Наркотических анальгетиков

В. Антибиотиков

- Г. Дезинфицирующих средств
- 6. В экономической науке выделяют эластичность

А. Спроса по цене

- Б. Денежной суммы по цене
- В. Цены по денежной сумме
- Г. Стоимости по уровню продаж
- 7. Математически эластичность может изменяться
- A. От $-\infty$ до $+\infty$

Б. От 0 до +∞

- В. От $-\infty$ до 0
- Г. От -1 до +1
- 8. Неэластичное предложение может быть характерно для

А. Краткосрочного периода

- Б. Долгосрочного периода
- В. Периода расцвета компании
- Г. Периода упадка торговли
- 9. Показатель эластичность в микроэкономике может быть использован для
- А. Установки уровня цен
- Б. Расчета налоговых сумм

В. Анализа поведения потребителями

- Г. Расширения функционала отдела кадров компании
- 10. На 2016 год с применением импортных фармацевтических субстанций в РФ производилось более

- А. 15% ЛП
- Б. 24% ЛП
- В. 71% ЛП

Г. 80% ЛП

11. Национальная лекарственная безопасность базируется на:

А. Уровне независимости страны от импорта

- Б. Определённом количестве химико-фармацевтических предприятий в каждом из регионов
- В. Высоком количестве фармацевтических образовательных учреждений в стране (ВУЗов, колледжей фармацевтического профиля)
- Г. Строгом предметно-количественном учёте сильнодействующих, психотропных и ядовитых ЛП по всей стране по единой нормативной документации
- 12. Конъюнктура рынка это
- А. Зависимость цены товаров от спроса на них на рынке

Б. Сложившаяся макроэкономическая ситуация на рынке в данный момент времени, определяемая уровнем, темпами и пропорциями его развития

- В. Количество активных потребителей и производителей на данный момент на рынке
- Г. Особая экономическая категория, вычисляемая специальными расчетами данных, получаемых при анализе рынке
- 13. По тенденции 2010-х гг. наибольшим спросом пользуются ЛП для лечения
- А. Сердечно-сосудистой системы

Б. Пищеварительного тракта

- В. Лыхательной системы
- Г. Мочеполовой системы
- 14. В марте 2015 года фармацевтический рынок РФ в целом составил (с НДС)
- А. 54,3 млн руб.
- Б. 124 млн руб.

В. 55,9 млрд руб.

- Г. 79 млрд руб.
- 15. Одним из самых популярных ЛП в России на март 2015 года стал препарат с торговым наименованием
- А. «Релиф»

Б. «Кагоцел»

- В. «Стоптуссин»
- Г. «Феррум Лек»
- 16. Существует тенденция подорожания ЛС и снижения доли препаратов стоимостью
- А. Выше 1000 рублей
- Б. Ниже 500 рублей
- В. Выше 200 рублей

Г. Ниже 150 рублей

17. Что позволяет производителям ЛП некоторое время сохранять монополию на рынке?

А. Патентное право

- Б. Работа финансовых комиссий
- В. Декларация капитала
- Г. Осуществление лизинга
- 18. Одной из основных задач исследования конъюнктуры рынка является

А. Исследование уровня конкуренции

- Б. Поиск новых возможностей и новых ниш
- В. Оценка ликвидности реализуемых товаров
- Г. Выявление и борьба с монополистами
- 19. Относительно импортных ЛП отечественные ЛП стоят ниже, что приводит к
- А. Непропорциональности фармацевтического рынка

Б. Отсутствию возможностей инвестировать в новые разработки

- В. Трудностям в импортозамещении
- Г. Мотивированию производителей увеличивать объемы производства
- 20. Помимо эластичности спроса и предложения существует
- А. Равноценная эластичность
- Б. Относительная эластичность

В. Перекрёстная эластичность

- Г. Абсолютная эластичность
- 21. Для определения ценовой политики предприятия необходимо рассчитать

А. Показатель эластичности

- Б. Показатель эффективности
- В. Заработные платы сотрудников
- Г. Стоимость закупаемого сырья
- 22. Одной из современных проблем фармацевтической отрасли является
- А. Большое количество аптечных организаций
- Б. Отсутствие централизованных складов ЛП

В. Продвижение биологически активных добавок (БАД) под видом лекарственных препаратов недобросовестными участниками фармацевтического рынка ввиду слабой правовой регулируемости оборота БАД

- Г. Несвоевременная аккредитация провизоров и фармацевтов
- $23.\ C\ 2015\ года$ компания «Фармсинтез» г. Тюмень начала выпуск $30\ видов\ Л\Pi$ нового поколения из группы
- А. Витаминов

Б. Гормонов

- В. Анальгетиков
- Г. Адреноблокаторов
- 24. В настоящее время доля России в мировом экспорте фармацевтической продукции составляет
- A. 0,1 %
- Б. 2,0 %
- B. 3.7 %
- Γ. 0,4 %
- 25. Один из самых популярных брендов ЛП в данный момент на российском фармацевтическом рынке является
- А. «Доктор Мом»
- Б. «Эссенциале»
- В. «ФармаЦвет»
- Г. «Эвалар»

2.2. Темы реферативных или научно-исследовательских работ

- 1. Неиспользуемая мощность и потенциал фармацевтического рынка
- 2. Российские аптеки в концепции макроэкономического измерения.
- 3. Инновационное направление отечественных производителей лекарств
- 4. Инновационная модель для построения сильной национальной фармацевтической промышленности.
- 5. Недостатки производства лекарств и фармацевтических субстанций. направления, которые необходимо развивать.
- 6. Социальная суть фармацевтического рынка. Здоровье и жизнь человека безопасность лекарств. Рабочие места и развитие человеческого капитала.
 - 7. Модель системы поддержки производителей лекарств, в качестве как партнеров
 - 8. Стратегическая безопасность в области фармации.

9. Анализ влияния отечественного производства лекарств и медицинских изделий на экономику

2.3. Контрольные вопросы для самостоятельной подготовки

ДЕ-1

- 1. Известно, что фармацевтический рынок имеет особый сегмент отдел НИОКР, который необходимо финансировать достаточно крупными суммами государственных дотаций. Какие государственные учреждения вовлечены в данный процесс?
- 2. В чем заключается суть государственной программы «ФАРМА-2020»?
- 3. Какие проблемы могут быть выявлены при анализе современного состояния фармацевтической отрасли?
- 4. Какие варианты решения выявленных проблем современного фармацевтического рынка России Вы можете предложить?
- 5. Перечислите все виды эластичности, выделяемые в экономической науке.
- 6. Для чего можно использовать показатель эластичности при анализе микроэкономической составляющей рынка?
- 7. Перечислите не менее пяти фармацевтических компаний или брендов, находящихся в ТОП-20 производителей ЛП на российском фармацевтическом рынке на данный момент.
- 8. Раскройте понятие национальной фармацевтической безопасности.
- 9. На каких трёх аспектах базируется национальная лекарственная безопасность?
- 10. Какими группами товаров определяется конъюнктура рынка? **ЛЕ-2**
- 1. Рынок и условия его возникновения. Субъекты рынка. Теория рыночного ценообразования.
- 2. Спрос. Функция спроса. Закон спроса. Исключения из закона спроса: эффект Гиффена, эффект Веблена, эффект сноба, ажиотажный спрос, нефункциональный выбор.
- 3. Эластичность спроса. Факторы, влияющие на эластичность спроса. Индивидуальный и рыночный спрос.
- 4. Предложение. Функция предложения. Закон предложения. Эластичность предложения. Факторы, влияющие на эластичность предложения.
- 5. Рыночный механизм. Понятие равновесной цены. Роль цен в экономике. Дефицит и избыток товара.
- 6. Рынок совершенной конкуренции. Признаки совершенной конкуренции. Рынки несовершенной конкуренции, сущность, типы.
- 7. Монополия. Виды монополии. Ценовая дискриминация. Монополистическая конкуренция. Особенности поведения продавцов на рынке монополистической конкуренции. Олигополия. Основные модели поведения фирм-олигополий. Монопсония и двусторонняя монополия. Антимонопольное регулирование.
- 8. Спрос на ресурсы. Предельная доходность и предельные издержки ресурса.
- 9. Ценообразование на рынке труда, роль профсоюза на рынке труда. Кривая Лоренца и коэффициент Джини. Регулирование доходов. Рынок капитала. Формы капитала.
- 10. Ценообразование на рынке капитала, процент, дисконтирование.

ДЕ-3

- 1. Что такое оптовый фармацевтический рынок?
- 2. Кто является субъектами оптового фармацевтического рынка?
- 3. С какими факторами связана необходимость оптовой торговли?
- 4. Что такое Организация оптовой торговли лекарственными средствами?
- 5. Как может осуществляться фармацевтическая деятельность?
- 6. Распишите классификацию оптовых фармацевтических организаций
- 7. Распишите функции оптовых фармацевтических организаций
- 8. Стратегия развития фармацевтического рынка страны должна определятся, исходя из среднесрочных приоритетов, каких?
- 9. Назовите четыре главные категории оптовиков

ДЕ-4

- 1. Какие можно выделить особенности у фармацевтического рынка?
- 2. Какие группы потребителей выделяют на фармацевтическом рынке?
- 3. Перечислите методы изучения покупательских предпочтений по отношению к рынку безрецептурных лекарственных препаратов.
- 4. Какие выделяют модели системы ценностей?
- 5. Что относится к товарным оценочным факторам поведения покупателей?
- 6. Что относится к потребительским оценочным факторам поведения покупателей?
- 7. Опишите алгоритм исследования структуры потребительской ценности.
- 8. Опишите эволюцию системы потребителей.
- 9. Что включает в себя «модель 3Р ценности потребителя»?
- 10. Какова структура потребительской цены?

ЛЕ-5

- 1. Перечислите особенности фармацевтического рынка лекарств
- 2. Как делятся рынки в соответствии с региональной структурой
- 3. Назовите сегменты фармацевтического рынка в России
- 4. Что такое перечень ЖНВЛП?
- 5. Главная задача перечня ЖНВЛП
- 6. Факторы, способствующие увеличению емкости фармацевтического рынка
- 7. Субъекты фармацевтического рынка принято объединять в группы
- 8. Государственная регистрация лекарственных средств обязательна в отношении чего?
- 9. Этапы государственной регистрации лекарственных препаратов
- 10. Охарактеризуйте фармацевтический рынок, будучи рынком олигополии

ЛЕ-6

- 1. Фармацевтический сектор является одной из крупнейших отраслей мировой экономики, по сумме капитализаций действующих в ней компаний. Чем он отличается от других секторов?
- 2. Какие виды спроса вы знаете и их определение?
- 3.Спрос на фармацевтическом рынке это.....
- 4. Коэффициент эластичности представляет собой.... Приведите формулу.
- 5.Перечислите основные ценовые детерминанты спроса.
- 6.Перечислите основные неценовые детерминанты спроса.
- 7.Из чего состоит система формирования спроса и стимулирования сбыта?
- 8. Назовите четыре фактора влияющие на потребление лекарственных препаратов:
- 9. Назовите метод определения потребности в лекарственных препаратах, который основан на объективной статистике заболеваемости и оптимальных наборах препаратов на курс лечения.
- 10. Какие модели потребления бывают и их определение?

ДЕ-7

- 1. Что такое конкуренция?
- 2. Что такое открытая и скрытая ценовая конкуренция? Что такое неценовая конкуренция? Какие цели у каждого вида конкуренции?
- 3. Какие методы неценовой конкуренции вы можете привести?
- 4. Что такое «война цен»? Сколько она продолжается? К какому виду конкуренции относится?
- 5. Какие факторы, влияющие на функционирование фармацевтического рынка и маркетинга, вы можете выделить?
- 6. Какие вы знаете принципы маркетинга?
- 7. Что такое риск? Каким он может быть?
- 8. Какие виды фармацевтического маркетинга вы знаете?
- 9. Какие концепции фармацевтического маркетинга вы знаете?

Контрольные вопросы для подготовки к зачету

- 1. Организация производства фармацевтического сырья и готовых лекарственных препаратов в разных странах .
- 2. Этапы развития фармацевтического рынка в России на протяжении истории его существования.
- 3. Структура фармацевтического рынка, необходимость государственного регулирования степени его монополизации и других условий функционирования.
- 4. Спрос на рынках фармацевтической продукции.
- 5. Детерминанты спроса.
- 6. Разновидности спроса на лекарственные препараты.
- 7. Система формирования спроса.
- 8. Потребление лекарств, структура затрат, доходы населения и демографические сдвиги. Модели потребления.
- 9. Лекарственные препараты в структуре показателей Росстата.
- 10. Причины отсутствия стабильной динамики для ряда товаров аптечного ассортимента. ЖНВЛП.
- 11. Программа 12 нозологии. Сопоставление уровней расходов на лекарственное обеспечение в России и других странах.
- 12. Методы изучения покупательских предпочтений по отношению к рынку безрецептурных лекарственных препаратов.
- 13. Особенности поведения потребителей лекарственных препаратов и анализ их предпочтений. Структура системы ценностей и механизмы ее формирования.
- 14. Методы шкалирования, обеспечивающие приведение качественно разнородных данных к числовым показателям.
- 15. Проективные методы, семантический дифференциал.
- 16. Выявление «критических» параметров товара методами психометрического анализа и многомерной статистики.
- 17. Этикетка и упаковка как внешние «сигналы» о качестве.
- 18. Взаимосвязь предпочтительности и конкурентоспособности товаров.
- 19. Формирование рынка субстанций для производства лекарств: национальное производство фармсубстанций, импорт фармсырья.
- 20. Состояние и перспективы развития отечественной химфарм промышленности.
- 21. Понятие эластичности продовольственного товарного предложения.
- 22. Россия в позиции импортера товаров аптечного ассортимента, доля импорта ЛП.
- 23. Экспорт ЛП в России.
- 24. Проблема национальной фармацевтической безопасности.
- 25. Сегментирование. Исследования конъюнктуры рынка фармацевтических товаров, определение емкости и рыночных ниш отдельных групп товаров аптечного ассортимента.
- 26. Формирование ассортимента ЛП на рынке.
- 27. Управление ассортиментом товаров в соответствии с конъюнктурой рынка.
- 28.Составление конъюнктурных обзоров по ассортиментным позициям на основе изучения рынка.
- 29. Способы и методы оценки размеров отечественного фармацевтического рынка
- 30.Структура каналов распределения в фармбизнесе.
- 31. Несовершенство сбыта лекарственных препаратов.
- 32. Высокие издержки получения информации о рынке, о спросе и предложении, о ценах, как внутри региона, так и за пределами региона.
- 33. Диверсификация каналов сбыта.
- 34. Дистрибьюция товаров аптечного ассортимента.
- 35. Целесообразность развития фирменной розничной сети.
- 36. Оптовые фармацевтические рынки как элементы инфраструктуры для решения задач оптового оборота товаров аптечного ассортимента .

- 37. Оценка последствий создания оптовых фармацевтических рынков по показателям наполнения потребительского рынка, росту насыщенности ассортимента реализуемых товаров, по показателям относительного снижения уровня цен на эти товары.
- 38.Оптовый фармацевтический рынок как юридическое лицо, которое организует и регулирует оптовую торговлю лекарственными препаратами и товарами аптечного ассортимента в определенном месте по установленным правилам.
- 39.Учреждение оптового фармацевтического рынка как акционерного общества или унитарного предприятия.
- 40. Конкуренция на фарм рынке.
- 41. Понятие риска в маркетинге товаров аптечного ассортимента.
- 42. Выбор стратегии маркетинга.
- 43.Стратегия как определение основных долгосрочных целей и задач компании.
- 44. Стратегия как результат исследования рынка и оценки возможностей (потенциала) фирмы. SWOT- анализ.
- 45.Стратегические хозяйственные подразделения. Применение матрицы «БКГ».
- 46.Общая стратегическая модель Портера.
- 47. Выбор целевых сегментов.
- 48. Дифференцированный и концентрированный маркетинг.
- 49. Алгоритм разработки стратегии.

Примеры ситуационных задач

Ситуационные задачи:

Задача №1

- 1. Медицинская организация, фармацевт, покупатель в аптеке. Кто из них является конечным потребителем, институциональным и промежуточным?
- 2. Какой метод лучше использовать для анализа потребительских предпочтений в группе в 1000 человек?
- 3. Найдите соответствие:
- 1. Товарные оценочные качества
- 2. Потребительские оценочные качества
- А) состав
- Б) показания к применению
- В) экономические характеристики (доход, ценовая доступность ЛС)
- Г) побочные эффекты
- Д) социологические характеристики (пол, возраст, мотивация)
- E) приданные характеристики, например, страна и фирма производителя ЛС, упаковка Ж) цена товара
- 4. Расставьте элементы в порядке эволюции структуры потребителя: бренд, сервис, стандарт потребления, впечатления, цена, качество, кастомизация и персонализация
- 5. Составьте эволюцию потребительской ценности: услуги, товар, впечатления, сырье

Ответы:

- 1. Больница-институциональный потребитель, фармацевт-промежуточный потребитель, покупатель в аптеке-конечный потребитель.
- 2. Количественный метод анализа анкетирование.
- 3. 1-А, Б, Г, Е,Ж
- 2-В,Д
- 4. Цена, качество, сервис, бренд, стандарт потребления, впечатления, кастомизация и персонализация
- 5. Сырье, товар, услуги, впечатления

Задача №2

1. В фармацевтической логистической цепочке имеется: производитель – дистрибьютор 1 – дистрибьютор 2 – аптека – пациент. Цена производителя после уплаты налогов составила 154 руб., торговая надбавка дистрибьютора 1 составила 5%, надбавка дистрибьютора 2 составила 7%, в аптеке препарат отпускался за 192 руб.

Рассчитайте торговую надбавку (в%) розничной торговли, считая, что все проведенные операции были целочисленные.

Ответ: 11%

2. В фармацевтической логистической цепочке: производитель – дистрибьютор 1 – дистрибьютор 2 – аптека – пациент. Цена производителя после уплаты налогов составила 100 руб., цена дистрибьютора 1 составила 112 руб., надбавка дистрибьютора 2 составила х%, в аптеке препарат отпускался за 132 руб.

Найдите торговую надбавку дистрибьютора 2, считая, что торговая надбавка розничной торговли была равна 10 %. Ответ округлите до целых

Ответ: 8%

3. Фармацевтическая компания «Фармвелт» специализируется в основном на производстве лекарственных средств для лечения сердечно-сосудистых заболеваний, в результате возросшей конкуренции на рынке, возникшей в результате вхождения на национальный рынок нескольких транснациональных корпораций, с широкой линейкой препаратов для сердечно-сосудистой системы, что было связано с политикой правительства страны по привлечению иностранных компаний для занятия бизнесом в данном государстве. На январь 2021 г. у компании отмечалось снижение прибыли на 20%, данная тенденция продолжилась и в следующем году, на январь 2022 г. прибыль снизилась еще на 25%. Совет директоров, имея в виду убыточность компании решает освободить часть производственных мощностей под производство БАДов.

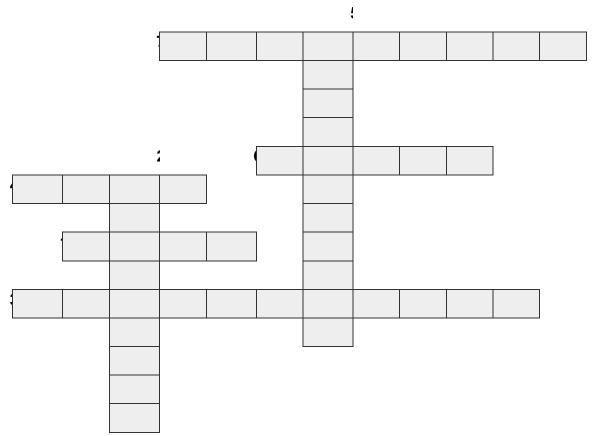
Пример какой стратегии компании мы видим в данном случае? К какому виду она относится? Оправданы ли данные действия на Ваш счет?

<u>Возможный ответ:</u> В данном случае мы видим пример стратегии диверсификации производства, так как компания пытается расширить сферу своей деятельности, выходя на рынок нового для нее вида продукции. В данном случае диверсификация будет связанной, так как рынок БАДов является смежным с рынком лекарственных средств. На наш счет данные действия являются рискованными, но единственно возможными, так как именно рынок биологически активных добавок является наиболее динамически развивающимся и перспективным с финансовой точки зрения, что располагает к появлению новых игроков на рынке.

4. В фармацевтической цепи: производитель – дистрибьютор 1 – дистрибьютор 2 – аптека – пациент. Цена производителя после уплаты налогов составила х руб., торговая надбавка дистрибьютора 1 составила 12%, надбавка дистрибьютора 2 составила 8%, в аптеке препарат отпускался за 243 руб.

Найдите цену производителя после уплаты налогов, считая, что торговая надбавка розничной торговли была равна 10 %. Ответ округлите до целых. Ответ: 184 руб.

Кроссворд, пример.



Вопросы:

- 1. Какое третье звено присутствует в схеме фармацевтической деятельности?
- 2. Сильная деловая концепция и набор реальных действий, который способен привести бизнес-концепцию к созданию реального конкурентного преимущества, способного сохраняться длительное время это...?
- 3. Гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, это...?
- 4. Характеристика возможности и степени достижимости того или иного результата в зависимости от принимаемого решения или совершаемого действия это...:
- 5. Что в первую очередь продолжает расти с каждым годом на фармацевтическом рынке?
- 6. Во время чего происходит сбор текущей информации о товарах и услугах, потребности и спросе, конкурентах и ценах?
- 7. Организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации это...?

Ответ.

							5					
			7	М	a	р	К	е	Т	И	Н	Γ
							0					
							н					
							К					
			2		6	а	у	Д	И	Т		
4	р	И	С	К			р					
			Т				e					
	1	В	р	а	ч		н					
			а				ц					
3	п	o	Т	р	е	б	И	Т	е	Л	ь	
			е				я					
			Г									
			И									
			я									

Примерная структура билетов на зачет

Билет №1

- 1. Этапы развития фармацевтического рынка в России на протяжении истории его существования, результаты и проблемы реформирования фарм рынка в период становления рыночных отношений в России.
- 2. Деньги. Функции и виды денег. Равновесие на денежном рынке. Спрос на деньги: выбор между доходностью и ликвидностью. Предложение денег, банковский сектор экономики. Билет №2
- 1. Эластичность спроса. Факторы, влияющие на эластичность спроса. Индивидуальный и рыночный спрос.
- 2. Программа 12 нозологии. Сопоставление уровней расходов на лекарственное обеспечение в России и других странах

Билет №3

- 1. Взаимосвязь предпочтительности и конкурентоспособности товаров.
- 2. Стратегия как результат исследования рынка и оценки возможностей (потенциала) фирмы. SWOT- анализ

Билет №4

- 1. Валовой внутренний продукт (ВВП) и валовой национальный продукт (ВНП). Отличия между ними. Методы подсчета (ВВП).
- 19. Методы шкалирования, обеспечивающие приведение качественно разнородных данных к числовым показателям.

Билет №5

- 1. Сегментирование. Исследования конъюнктуры рынка фармацевтических товаров, определение емкости и рыночных ниш отдельных групп товаров аптечного ассортимента.
- 2. Стратегические хозяйственные подразделения. Применение матрицы «БКГ».

3. Технологии оценивания

По окончании изучения дисциплины «Фармацевтический рынок» предусмотрен зачет в 5 семестре.

Цель промежуточной аттестации – оценить степень освоения обучающимися дисциплины «Введение в профессиональную деятельность» в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) (уровень специалитета) 33.05.01 Фармация.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится в соответствии с разработанной балльно-рейтинговой системой оценивания учебных достижений студентов на принципах учета кумулятивного результата учебной работы студента в семестре. Студент допускается до зачета, если его рейтинг в семестре по дисциплине составил 40 и более баллов. Максимальный рейтинг по текущей успеваемости обучающегося в семестре — 80 баллов, т.к. по дисциплине предусмотрена аттестация в форме зачета. Максимальный рейтинг по результатам аттестации в форме сдачи зачета составляет 20 рейтинговых баллов.

Балльно-рейтинговая система оценивания учебных достижений студентов основывается на принципах учета кумулятивного результата учебной работы студента в течение семестра. Обязательные виды работ — выполнение тестов, ответы на устные и письменные опросы преподавателя. По желанию обучающегося может быть выполнена учебно-исследовательская или научно-исследовательская работа, в случае публикации статьи, выступления на конференции студент может получить до 20 премиальных баллов и быть аттестованным по дисциплине без сдачи зачета («автомат»).

Критерии балльно-рейтингового оценивания учебных достижений

Критер	ии оалльно-реитингово	и о оцепивани	ти ученных дос.	имспии
Вид контроля	Вид учебной работы,	Количество	Кол-во ба	плов за семестр
	форма контроля	работ	Минимум	Максимум
Текущий контроль	1. Посещение лекций	5	5	10
знаний и умений	2. Посещение практических занятий, выполнение	18	9	18
	заданий			
	3. Тест-контроли	5	5	10
	4. Устный опрос	5	5	10
	5. Письменный опрос	5	10	20
	6. Подготовка и защита ре-	1	6	12
	ферата			
Премиальные балль	ı (УИРС, НИРС)			20 (автомат)
Рейтинг студента по	дисциплине в семестре		40	80
Промежуточная	Тестирование (зачитывается	при резуль-	5	10
аттестация: зачет	тате более 70%)		(70-85%)	(85-100%)
	Собеседование		5	10
Итоговый рейтинг с	тудента по дисциплине в семе	естре	50 (зачтено)	100 (зачтено)

До зачета с оценкой допускаются студенты, полностью освоившие программу дисциплины при условии набора не менее 40 рейтинговых баллов. Максимальный рейтинг по текущей успеваемости обучающегося в семестре – 80 баллов.

Результатом освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПК-6. Способен принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации

Показатели и критерии оценки, а также алгоритм определения рейтинга студента за учебный семестр

Критерии оценки этапа тестирования:

Результат оценивается как «зачтено» или «не зачтено», знания по дисциплине засчитываются, если есть положительный ответ на 70% и более тестовых заданий по данной дисциплине.

- 1. Положительный ответ на менее чем 70% тестовых заданий свидетельствует о не сформированности компетенций по дисциплине.
- 2. Положительный ответ на 70–79% тестовых заданий свидетельствует о низком уровне сформированности компетенций по дисциплине.
- 3. Положительный ответ на 80–89% тестовых заданий свидетельствует о среднем уровне сформированности компетенций по дисциплине.
- 4. Положительный ответ на 90–100% тестовых заданий свидетельствует о высоком уровне сформированности компетенций по дисциплине.

Критерии оценки этапа собеседования:

Результат оценивается как «зачтено» или «не зачтено», знания по дисциплине засчитываются, если обучающийся при ответе на билет демонстрирует необходимый уровень сформированности компетенций.

- 1. Положительный ответ обучающегося дан на менее, чем два вопроса из трех вопросов билета, наличие грубых ошибок в ответе, представляющих угрозу для безопасности жизни и здоровья пациентов, свидетельствует о не сформированности компетенций по дисциплине.
- 2. Положительный ответ обучающегося дан на два вопроса билета, обучающийся ориентируется в материале с существенными затруднениями, ответы обучающегося верные, но содержат негрубые ошибки и неточности, свидетельствует о низком уровне сформированности компетенций по дисциплине.
- 3. Положительный ответ обучающегося дан на все три вопроса билета, обучающийся ориентируется в материале с незначительными затруднениями, ответы верные, содержат незначительные неточности, но при этом обучающийся дает верный ответ на дополнительные вопросы преподавателя, свидетельствует о среднем уровне сформированности компетенций по дисциплине.
- 4. Положительный ответ обучающегося дан на все три вопроса билета, обучающийся ориентируется в материале без затруднений, ответы верные, не содержат неточности, даны верные ответы на дополнительные вопросы преподавателя, свидетельствует о высоком уровне сформированности компетенций по дисциплине.

Критерии оценки реферативной/ учебно-исследовательской (научно-исследовательской) работы:

удовлетворительно	хорошо	отлично
Содержание работы	Содержание работы отражено	Содержание работы отражено
отражено не полно-	не полностью. Материал сооб-	полностью. Материал сообще-
стью, докладчик ори-	щения зачитывается с исполь-	ния зачитывается без исполь-
ентируется в матери-	зованием доп. источников или	зования дополнительных ис-
але с затруднениями,	с использованием тезисов, ра-	точников или редкое исполь-
ответы на вопросы	бота с аудиторией (вопрос-от-	зование тезисов, работа с
обучающихся и пре-	вет) – активна, ответы на во-	аудиторией (вопрос-ответ) -
подавателя не полные.	просы преподавателя не пол-	активна, ответы на вопросы
	ные, в материале темы ориен-	преподавателя полные, в мате-
	тируется с небольшими за-	риале темы ориентируется хо-
	труднениями.	рошо, быстро.

Правила формирования рейтинговой оценки студента по учебной дисциплине Для перевода итогового рейтинга студента по дисциплине в аттестационную оценку вводится следующая шкала:

Аттестационная оценка студента по дисциплине в случае экзаменационного контроля в виде зачета	Итоговый рейтинг студента по дисциплине, рейтинговые баллы
«не зачтено»	0 – 49
«зачтено»	50 – 100