

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ковтун Ольга Петровна  
Должность: ректор  
Дата подписания: 18.11.2024 09:12:23  
Уникальный программный ключ:  
f590ada38fac7f9d3be3160b54c218b72d19757e

Приложение 4.3

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный медицинский университет»  
Министерства здравоохранения Российской Федерации**

Кафедра управления и экономики фармации, фармакогнозии



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по образовательной  
деятельности и молодежной  
политике

Г.В. Бородулина

*Бородулина*  
«26» мая 2023 г.

**ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

**Б2.В.02(П) «Производственная (клиническая) практика: симуляционный курс»**

Уровень высшего образования: *подготовка кадров высшей квалификации*

Специальность: *33.08.02 Управление и экономика фармации*

Квалификация: *Провизор-менеджер*

г. Екатеринбург  
2023

Программа практики «Производственная (клиническая) практика: симуляционный курс» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по специальности 33.08.02 Управление и экономика фармации, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27.08.2014 г. № 1143, с учетом требований профессионального стандарта «Специалист в области управления фармацевтической деятельностью», утвержденного приказом Минтруда России от 22.05.2017 г. № 428н, и на основании Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383.

Информация о разработчиках программы практики:

ФИО	Должность	Уч. степень	Уч. звание
Андрианова Галина Николаевна	заведующая кафедрой управления и экономики фармации, фармакогнозии	д.фарм.н.	профессор
Петров Алексей Львович	доцент кафедры управления и экономики фармации, фармакогнозии	к.фарм.н.	-
Каримова Алиса Алексеевна	ассистент кафедры управления и экономики фармации, фармакогнозии	к.фарм.н.	-

Программа практики одобрена представителями профессионального и академического сообщества. Рецензенты:

- начальник отдела подготовки кадров высшей квалификации и развития карьеры, доцент кафедры фармацевтических дисциплин ФГБОУ ВО ТюмГМУ Минздрава России, к.фарм.н., доцент Викулова К.А.

Программа практики обсуждена и одобрена

- на заседании кафедры управления и экономики фармации, фармакогнозии (протокол №7 от «15» апреля 2023 г.)
- методической комиссией специальностей ординатуры (протокол №5 от «10» мая 2023 г.)

## **1. Цели производственной (клинической) практики**

Симуляционный курс нацелен на приобретение практических навыков по ведению ассортиментной, ценовой и маркетинговой политики аптечных и фармацевтических организаций в соответствии с универсальными и профессиональными компетенциями провизора, а также требованиями профессионального стандарта, предъявляемыми к специалисту в области управления фармацевтической деятельностью.

## **2. Задачи производственной (клинической) практики**

- отработка навыков и умений применения технологий управления ассортиментом ЛП в условиях модельной аптечной организации;
- отработка навыков и умений принятия управленческих решений, связанных с ассортиментной, ценовой, закупочной и маркетинговой политикой организации;
- формирование навыков эффективной коммуникации между менеджерами различного уровня при принятии управленческих решений и их реализации;
- усвоение основных понятий в области управления ассортиментом;
- определение товарных групп ассортимента как объектов розничного управления;
- формирование умений определять товарные группы и оценивать эффективность мер по управлению ассортиментом в симулированных условиях.

## **3. Способ и формы проведения производственной (клинической) практики**

Способ проведения – стационарный (в т.ч. в структурных подразделениях Университета), выездной. Форма проведения - дискретная.

## **4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

В рамках производственной (клинической) практики: симуляционный курс у ординатора формируются следующие компетенции:

универсальные компетенции (УК):

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

готовность к управлению коллективом, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (УК-2);

профессиональные компетенции (ПК):

*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);

В результате прохождения симуляционного курса ординатор должен:

### **Знать**

- основные понятия в области управления ассортиментом, инфраструктуру коммерческого департамента;
- объекты ассортиментного управления: их признаки и классификацию;
- традиционные и современные концепции управления ассортиментом;
- субъекты, осуществляющие деятельность в области управления ассортиментом;
- процесс управления товарными группами, его основные этапы и их характеристику;
- методы управления потребительской лояльностью.

### **Уметь:**

- анализировать структуру коммерческого управления в АО и ФО;
- определять товарные группы с учетом принципов взаимозаменяемости и/или дополняемости;
- устанавливать средства и методы деятельности провизора-менеджера на разных этапах процесса управления товарными группами в рамках управления ассортиментом;

- выстраивать систему взаимодействия с лояльными покупателями;
- оценивать эффективность деятельности по управлению ассортиментом.

#### **Владеть:**

- навыком структурирования товарной матрицы с выделением товарных групп в аптечном ассортименте.
- классическими методами анализа аптечного ассортимента
- основными методами и программными продуктами для анализа отдельных групп товаров аптечного ассортимента и фармакотерапевтических групп;
- методиками эффективной работы с потребителями, получения обратной связи для планирования и корректировки объемов и структуры потребности.

**После освоения программы симуляционного курса ординатор должен быть способным и готовым к выполнению следующих трудовых функций,** предусмотренных профессиональным стандартом «Специалист в области управления фармацевтической деятельностью»:

Код А/01.7 Планирование деятельности фармацевтической организации

Код А/02.7 Организация ресурсного обеспечения фармацевтической организации

Код А/03.7 Организация работы персонала фармацевтической организации

Код А/06.7 Управление финансово-экономической деятельностью фармацевтической организации

#### **5. Место практики в структуре образовательной программы ординатуры**

Симуляционный курс относится к вариативной части блока Б2 Практики программы ординатуры по специальности 33.08.02 Управление и экономика фармации, изучается на протяжении 1 семестра и представляет собой форму организации учебного процесса, непосредственно ориентированную на профессиональную практическую подготовку обучающихся. Симуляционный курс требует системных знаний специальных профессиональных дисциплин (в частности Управление и экономика фармации, Финансовый менеджмент аптечных организаций). Симуляционный курс осваивается ординаторами до выхода на базовую производственную (клиническую) практику по специальности, что является необходимой основой для осуществления самостоятельной практической деятельности.

#### **6. Объем практики и ее продолжительность**

Общая трудоемкость симуляционного курса составляет 3 зачетных единицы, 2 недели, 108 часов в 1 семестре обучения ординаторов, которые отводятся на самостоятельную работу ординатора в условиях симуляционной аптеки на кафедре управления и экономики фармации, фармакогнозии. Самостоятельная работа представляет собой работу ординатора в профильной организации или структурном подразделении Университета (на кафедре управления и экономики фармации, фармакогнозии) под руководством прикрепленного преподавателя и включает подготовку аналитических отчетов или организационных научно-исследовательских проектов; освоение компьютерного программного комплекса, применяемого в фармацевтической организации (в симуляционных условиях).

Обучающимся под контролем преподавателя предлагается принимать организационные и управленческие решения с использованием приемов эффективной коммуникации по заданным сценариям производственных ситуаций.

Модули:

ДЕ	Наименование разделов	Всего часов
ДЕ-1	Методологические основы управления ассортиментом в фармации	36
ДЕ-2	Разработка ассортиментной политики и стратегии аптечной организации	36
ДЕ-3	Методы ассортиментного анализа отдельных товарных групп	36
	<i>Всего часов</i>	108

## 7. Содержание практики

№	Разделы (этапы, объекты и виды профессиональной деятельности ординатора во время прохождения практики)	ЗУН, которые должен получить (отработать) ординатор при прохождении данного этапа практики или вида производственной деятельности			На формирование каких компетенций направлены ЗУН	Трудовые функции по профессиональному стандарту	Формы аттестации сформированности ЗУН
		Знания	Умения	Навыки			
1.	<b>Подготовительный этап</b> Организация практики: -инструктаж по общим вопросам организации симуляционного курса; - по оформлению и ведению учебной документации.	-действующие нормативные и правовые акты по фармацевтической деятельности; - номенклатура товаров аптечного ассортимента	интерпретировать действующие нормативно-правовые акты, регулирующие фармацевтическую деятельность; - определять фармакотерапевтическую группу ЛП	-проектирование профессиональной деятельности - готовность решать производственные задачи по формированию ассортиментной политики аптечной организации	УК-1; УК-2	Планирование деятельности фармацевтической организации (Код А/01.7)  Организация работы персонала фармацевтической организации (Код А/03.7)	-ведение дневника
<b>2. Основной этап</b>							
2.1	<u>Модуль 1</u> Методологические основы управления ассортиментом в фармации	-Основные понятия, структура, субъекты и объекты управления ассортиментом. -Преимущества использования принципов управления ассортиментом по товарным группам. -Должностные функции и	- Использовать терминологию современного менеджмента в управлении бизнес-процессов АО / ФО -Проводить ситуационный анализ ассортиментной политики организации на основе целевых сегментов	- Проектирование профессиональных коммуникаций и распределение должностных функций между специалистами в области управления ассортиментной, ценовой, маркетинговой политикой АО / ФО - Определение ключевых субъектов и объектов управления ассортиментом; - Определение целевого сегмента потребителей	УК-1; УК-2; ПК-4; ПК-5;	Планирование деятельности фармацевтической организации (Код А/01.7)  Организация работы персонала фармацевтической организации (Код А/03.7)  Управление качеством	-контроль ведения записей в дневнике - демонстрация навыков в ходе промежуточной аттестации по модулю

		<p>обязанности специалистов по управлению ассортиментом в аптечных и фармацевтических организациях (АО и ФО)</p> <p>-принципы фармацевтического маркетинга;</p> <p>-принципы мерчандайзинга.</p>	<p>потребителей и дислокации организации;</p> <p>-оценивать доступность лекарственного обеспечения населения;</p> <p>- прогнозировать потребность в ЛП и других ТАА на основе анализа спроса и показателей товарооборота.</p>	<p>модельной АО / ФО по набору характеристических параметров (экономико-логистические, социо-географические характеристики и др.)</p> <p>- Выстраивание ценовой и маркетинговой политики на основе принципов рационального управления ассортиментом</p> <p>- Проводить сегментирование и позиционирование модельной АО / ФО</p>		<p>результатов текущей деятельности фармацевтической организации (Код А/04.7)</p>	
2.2	<p><u>Модуль 2</u></p> <p>Разработка ассортиментной политики и стратегии аптечной организации</p>	<p>-Политика и миссия АО и ФО в свете современных концепций управления ассортиментом.</p> <p>-Инструменты управления бизнес-процессами АО и ФО.</p> <p>-Обеспечение полноциклового контроля показателей реализации товарных групп ЛП и других ТАА.</p>	<p>-на основе приоритетных задач аптеки планировать ассортиментную политику с учетом принципов доступности (организационной, логистической, ценовой и др).</p> <p>-проводить анализ товарных групп ассортимента в цепочке товародвижения;</p> <p>-обосновать выбор индикаторных ассортиментных позиций</p>	<p>-Определение ключевых (стратегических) товарных групп с учетом сегментирования и позиционирования АО /ФО.</p> <p>-Разработка плана развития товарной группы в соответствии со стратегическими целями АО.</p> <p>-Построение ассортиментно-ценовой матрицы (по группам/подгруппам) АО.</p> <p>-Разработка плана работы с ассортиментом для поддержания лояльности пациентов, создания товарооборота, получения социально-ориентированного имиджа АО / ФО</p>	<p>УК-1, ПК-4, ПК-5, ПК-6</p>	<p>Планирование деятельности фармацевтической организации (Код А/01.7)</p> <p>Организация работы персонала фармацевтической организации (Код А/03.7)</p> <p>Управление финансово-экономической деятельностью фармацевтической организации (Код А/06.7)</p>	<p>-контроль ведения записей в дневнике</p> <p>- демонстрация навыков в ходе промежуточной аттестации по модулю</p>

2.3	<p><u>Модуль 3</u> Методы ассортиментного анализа отдельных товарных групп</p>	<p>-Алгоритмы построения ассортиментно-ценовой матрицы на основе группировки товаров. -Методы экономического анализа, применяемые для управления ассортиментом: АВС, XYZ – анализ, -каскадные и матричные методы анализа, -обоснование средств и методов ассортиментного анализа отдельных товарных групп</p>	<p>-проводить анализ ассортиментно-ценовой матрицы АО или ФО; - оптимизировать товарный классификатор АО / ФО на основе потребностей целевой аудитории -последовательно проходить все этапы формирования ассортиментной и ценовой матрицы; - оптимизировать полочное пространство на основе результатов анализа ассортимента и потребительского восприятия</p>	<p>- навыками формирования ассортиментно-ценовой матрицы на иерархических уровнях: производитель, официальный поставщик, дистрибьютор, аптечный склад сети, аптека. -Проведение АВС-анализа для фрагмента номенклатурного перечня товаров аптечного ассортимента. -Проведение XYZ-анализа для фрагмента номенклатурного перечня товаров аптечного ассортимента. -Разработка алгоритма комплексного анализа ассортимента на примере фармакотерапевтической группы ТАА.</p>	УК-1, УК-2, ПК-5, ПК-6	<p>Планирование деятельности фармацевтической организации (Код А/01.7)  Организация работы персонала фармацевтической организации (Код А/03.7)  Управление финансово-экономической деятельностью фармацевтической организации (Код А/06.7)</p>	<p>-контроль ведения записей в дневнике - демонстрация навыков в ходе промежуточной аттестации по модулю</p>
3	<p><b>Заключительный этап:</b> аттестация по симуляционному курсу (зачет с оценкой)</p>	<p>Теоретический материал по программе симуляционного курса</p>	<p>Продемонстрировать уровень сформированности компетенций</p>	<p>Навыки сформированные и закреплённые в процессе освоения симуляционного курса</p>	УК-1; УК-2; ПК-4; ПК-5; ПК-6	<p>А/01.7; А/03.7; А/04.7; А/06.7</p>	<p>Проверка дневника ординатора, защита НИР, тестирование, собеседование</p>

## **8. Формы отчетности по практике**

Ординатор ведет и оформляет дневник, выполняет научно-исследовательскую работу по результатам комплексного анализа ассортиментно-ценовой матрицы модельной АО (общий анализ матрицы или анализ выбранного сегмента матрицы, например, фармакотерапевтической группы), используя симуляционную базу данных, защищает публично на зачетном занятии. Демонстрирует сформированные практические навыки по использованию инструментария управления аптечным ассортиментом. Ординатору предлагается ответить на 50 вопросов тестового контроля и на 3 вопроса билета.

## **9. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике**

### **9.1. Практические навыки (УК-1; УК-2; ПК-4; ПК-5; ПК-6)**

- 1 Создание товарного классификатора АО / ФО на основе потребностей целевой аудитории
- 2 Определение структуры товарных групп в аптечном ассортименте
- 3 Определение ключевых ассортиментных групп с учетом концепции позиционирования и формата АО / ФО
- 4 Оптимизация и перераспределение долей групп/подгрупп ТАА с учетом стратегических целей АО / ФО
- 5 Корректировка ценовой матрицы на ЛП внутри товарной группы
- 6 Распределение торговых площадей АО между товарными группами на основе результатов комплексного анализа
- 7 Разработка плана развития ассортимента с учетом стратегии ценообразования, мерчандайзинга и маркетингового продвижения АО / ФО
- 8 Построение ассортиментно-ценовой матрицы (по группам/подгруппам)
- 9 Разработка плана по балансировке ассортимента по ширине
- 10 Этапное формирование ассортиментной матрицы на иерархических уровнях: производитель, официальный поставщик, дистрибьютор, аптечный склад сети, аптека
- 11 Проведение ABC-анализа для фрагмента номенклатурного перечня товаров аптечного ассортимента
- 12 Разработка алгоритма комплексного анализа ассортимента на основе последовательной комбинации известных инструментов

### **9.2 Вопросы тестового контроля (УК-1; УК-2; ПК-4; ПК-5; ПК-6)**

1. **К какой группе относятся лекарственные препараты, если повышение цены на препарат способствует увеличению спроса на его аналог?**

- \*а. + взаимозаменяемые товары
- b. взаимодополняющие товары
- c. независимые в потреблении товары
- d. товары «второй необходимости»

2. **При расчете разности между числом обращений в АО за конкретным ЛП и числом его покупок получаем значение...**

- \*а. + неудовлетворенного спроса
- b. действительного спроса
- c. реального спроса
- d. реализованного спроса

3. **Выберите верное определение понятия «позиционирование товара» из предложенных:**

- \*а. + определение основных потребительских свойств товара и уточнение места товара на рынке

- b. анализ рыночной политики предприятия
- c. определение потенциальных потребителей товара
- d. координация усилий посредников

**4. К проблеме эффективного позиционирования ЛП относят ...**

- \*a. + множество аналогов, трудности запоминания названий ЛП потребителями
- b. слабая ориентация врачей на индивидуальные позиции ЛП
- c. слабая ориентация фармацевтов на индивидуальные позиции ЛП
- d. частые изменения в ассортиментном профиле АО

**5. При позиционировании ЛП в аптечной организации НЕ используется стратегия**

- \*a. + по параметрам внешнего вида упаковок
- b. по специфике использования потребителями
- c. по параметру «цена - качество»
- d. по потребительским параметрам

**6. К какой группе относятся товары, которые приобретаются лицом, обратившимся в АО, без размышления и сравнения между собой?**

- \*a. + товары повседневного спроса
- b. товары пассивного спроса
- c. товары тщательного выбора
- d. товары особого спроса

**7. Какой информацией ограничивается сообщение в рекламе о свойствах ЛП?**

- \*a. + содержащейся в инструкциях по применению
- b. содержащейся в презентациях медицинского представителя
- c. содержащейся в СМИ
- d. содержащейся в специализированных изданиях для фармацевтических и медицинских работников

**8. Выберите определение товарного ассортимента, используемое в фармацевтическом маркетинге, из числа предложенных:**

- \*a. + группы товаров, связанных между собой по схожим потребительским свойствам
- b. совокупность рыночного предложения
- c. полный перечень кодов номенклатуры лекарственных препаратов
- d. совокупность лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента, представленных на витринах торгового зала конкретной аптеки

**9. Выберите верное определение понятия «потребитель»**

- 10. \*a. + гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести товары исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд
- b. гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести товары для предпринимательских целей
- c. гражданин, который после приобретения использует товар только по назначению
- d. юридическое лицо, имеющее намерение заказать или приобрести товары исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд

**11. Кем устанавливается ассортимент ЛП и ГАА, реализуемых в АО?**

- \*a. + руководителем аптеки самостоятельно с учетом условий лицензии
- b. руководителем аптеки или фармацевтическим персоналом без каких-либо ограничений
- c. Росздравнадзором на уровне субъекта Российской Федерации
- d. Министерством здравоохранения на уровне субъекта Российской Федерации

**12. Возможна ли реализация ЛП, если его можно использовать до окончания срока годности?**

- \*a. + да, если число доз препарата в упаковке может быть употреблено пациентом до истечения срока годности реализуемого препарата
- b. только если до истечения срока годности осталось более половины срока годности
- c. возможна после истечения срока годности, если сохранены потребительские свойства товара
- d. только если до истечения срока годности осталось более 80% срока годности

**13. Чем в наибольшей степени определяются закономерности поведения потребителей на фармацевтическом рынке?**

- \*a. + потребительскими предпочтениями и бюджетными ограничениями
- b. предложением и спросом
- c. эластичностью спроса
- d. фактором времени

**14. Кривая потребительского безразличия – это ...**

- \*a. + совокупность потребительских наборов, обеспечивающих одинаковый уровень удовлетворения потребностей
- b. полное нежелание приобретать какие-либо товары
- c. соотношение между ценой товара и доходом потребителя
- d. заинтересованность покупателя в приобретении товаров

**15. Точка безубыточности в денежном выражении – это ...**

- \*a. + минимальная величина дохода, при которой полностью окупаются все издержки
- b. минимальное количество продукции, при котором доход от реализации этой продукции полностью перекрывает все издержки на её производство
- c. период времени, необходимый для того, чтобы доходы, генерируемые инвестициями, покрыли затраты на инвестиции
- d. соотношение объёма продаж, себестоимости и прибыли

**16. Выберите характеристику спроса с позиции маркетинга:**

- \*a. + потребность, обеспеченная покупательной способностью
- b. заинтересованность покупателя в приобретении товаров
- c. ощущение потребителем нехватки чего-либо
- d. особая форма товарно-денежных отношений

**17. Закон предложения состоит в том, что при прочих неизменных факторах...**

- \*a. + величина (объём) предложения увеличивается по мере увеличения цены на товар
- b. повышение цены на товар ведет к уменьшению величины спроса
- c. величина (объём) предложения уменьшается по мере увеличения цены на товар
- d. инфляцию можно определить, как дисбаланс между спросом и предложением

**18. Количественная оценка влияния различных факторов на величину спроса на лекарственные препараты проводится с расчетом:**

- \*a. + корреляции и эластичности
- b. ликвидности
- c. валидности
- d. амортизации

**19. В каких случаях спрос считается эластичным?**

- \*a. + если при незначительном снижении цены значительно увеличивается спрос
- b. если при изменении цены спрос не изменяется
- c. если при незначительном снижении предложения спрос резко возрастает
- d. если при значительном снижении цены спрос увеличивается незначительно

**20. В каналах товародвижения АО, как правило, представляет ...**

- \*а. + розничное звено
- b. оптовое звено
- c. потребителя
- d. мелкооптовое звено

**21. Выберите правильное определение товарооборота АО:**

- \*а. + стоимость проданных товаров за отчетный период
- b. сумма торговых наложений за отчетный период
- c. количество чеков за отчетный период
- d. валовая прибыль

**22. Прогнозирование экономических показателей АО начинается, как правило, с расчета:**

- \*а. + товарооборота (реализации)
- b. затрат (расходов)
- c. валовой прибыли
- d. чистой прибыли

**23. Для получения товарооборота отчетного года в сопоставимых ценах необходимо фактический стоимостной товарооборот отчетного года ...**

- \*а. + разделить на индекс цен
- b. прибавить к индексу цен
- c. отнять от индекса цен
- d. умножить на индекс цен

**24. К основным экономическим показателям аптеки относят:**

- \*а. + объем товарооборота, расходы, прибыль
- b. торговые надбавки и торговые скидки
- c. численность фармацевтического и вспомогательного персонала
- d. среднее число посетителей и среднее число рецептов в день

**25. Какие показатели отражают социальный результат деятельности АО?**

- \*а. + социальная необходимость, социальная полезность, социальная привлекательность
- b. торговые надбавки и торговые скидки
- c. численность фармацевтического и вспомогательного персонала
- d. количество рецептурных ЛП, отпущенных за один рабочий день

**26. Система управления фармацевтическими организациями включает методы:**

- \*а. + организационные, административные, экономические, социально-психологические
- b. организационные, административные, эргономические, социометрические
- c. организационные, административные, социально-психологические, эвристические
- d. административные, экономические, социально-психологические, общенаучные

**27. Деятельность, включающая разработку, исследования, производство, изготовление, хранение, государственную регистрацию, стандартизацию и контроль качества, отпуск, применение ЛП и уничтожение ЛП - это ...**

- \*а. + обращение лекарственных средств
- b. лицензирование фармацевтической деятельности
- c. производство лекарственных средств
- d. изготовление лекарственных средств

**28. Какие компоненты включает фармацевтическая помощь?**

- \*a. + фармацевтическое информирование, фармацевтическое консультирование и фармацевтическая опека
- b. только фармацевтическое информирование и отпуск ЛП
- c. рекомендации обратиться к врачу
- d. посещение больных на дому с предложением выбора ЛП

**29. К основным направлениям ассортиментной политики аптеки относится:**

- \*a. + обновление ассортимента ЛП и ТАА
- b. изучение технологий сбыта
- c. изучение технологий реализации
- d. сохранение ассортимента неизменным

**30. Какой анализ применяется для исследования влияния товаров на величину товарооборота?**

- \*a. + ABC-анализ
- b. СТЕР-анализ
- c. VEN-анализ
- d. SWOT-анализ

**31. Каковы базовые стратегии М. Портера для укрепления положения организации на рынке:**

- \*a. + лидирование по минимальному уровню затрат потребителя, фокусирование на целевых рынках
- b. развитие сервисных услуг
- c. максимально возможное количество новинок
- d. самая яркая реклама

**32. Назовите параметры потребительских товаров по потребительскому признаку:**

- \*a. + «жесткие» и «мягкие»
- b. нормативные
- c. функциональные
- d. экономические

**33. Каковы основные направления увеличения объема продаж в АО?**

- \*a. + увеличение числа посетителей, увеличение частоты посещений каждым покупателем, увеличение объема покупок при посещении
- b. увеличение товарных запасов
- c. увеличение торговых площадей
- d. увеличение обслуживающего персонала

**34. Что не относится к зонам торговой площади АО?**

- \*a. + площадь для хранения товара
- b. проходы для покупателей
- c. контрольно-кассовые узлы
- d. площадь под торговое оборудование

**35. Зона самых высоких импульсных покупок – это ...**

- \*a. + контрольно-кассовая зона
- b. проходы для покупателей
- c. внутренние ряды в центре зала

d. дальняя часть торгового зала

**36. В фармацевтической промышленности проблема «что производить и в каком количестве» не возникает, если:**

- \*a. + предложение ресурсов достаточно для производства, спрос выше предложения
- b. спрос выше предложения, предложение ресурсов ограничено
- c. предложение ресурсов ограничено и может быть использовано для производства только ЖНВЛП
- d. бюджет государства дефицитен, предложение ресурсов достаточно, предложение товаров на рынке выше спроса

**37. Рынок покупателей – это ...**

- \*a. + суверенность поведения потребителя, осуществляющего выбор аптеки
- b. суверенность деятельности аптек на локальном сегменте рынка
- c. аптеки, предлагающие аналогичный ассортимент ЛП
- d. все аптеки локального фармацевтического рынка

**38. «Товарная номенклатура» фармацевтической организации – это**

- \*a. + номенклатура всех ассортиментных групп товаров и товарных единиц с учетом торговых марок, лекарственных форм, фасовок и дозировок
- b. номенклатура ассортиментных групп товаров на предприятиях фармацевтической отрасли
- c. номенклатура всех товарных единиц в розничных и оптовых организациях отрасли
- d. номенклатура зарегистрированных и разрешенных к медицинскому применению товаров

**39. Что является объектом сегментирования рынка аптечной организации?**

- \*a. + потребители
- b. конкуренты
- c. производители
- d. дистрибьюторы

**40. Сегментирование розничного рынка на примере аптечной организации НЕ предполагает ...**

- \*a. + разделение общей совокупности потребителей на группы по основным нозологическим видам болезней
- b. разделение территориального рынка на отдельные географические районы
- c. разделение общей совокупности потребителей на определенные группы, имеющие одинаковые потребительские запросы и предпочтения
- d. разделение общей совокупности потребителей на определенные группы по демографическим показателям

**41. Какой фактор НЕ учитывается при сегментировании потребителей по географическому критерию?**

- \*a. + уровень доходов
- b. место проживания
- c. плотность проживания населения
- d. климат территории

**42. Какой фактор НЕ учитывается при сегментировании потребителей по демографическому критерию?**

- \*a. + тип личности
- b. возраст
- c. пол
- d. размер семьи

**43. Какие сегменты потребителей выделяют по отношению к товару?**

- \*a. + с положительным отношением к товару, с безразличным, настороженным, отрицательным, враждебным отношением
- b. слабый потребитель, умеренный, активный потребитель
- c. осведомленный, информированный, заинтересованный, желающий купить, готовый купить
- d. с отсутствием приверженности к товару, со средней приверженностью, с сильной приверженностью

**44. Какими потребителями являются пациенты, приобретающие ЛП и ТАА для личного или семейного пользования?**

- \*a. + конечными
- b. институциональными
- c. промежуточными
- d. случайными

**45. Какими потребителями являются медицинские работники, назначающие ЛП или выписывающие рецепт на него?**

- \*a. + промежуточными
- b. институциональными
- c. конечными
- d. систематическими

**46. Критерием позиционирования ЛП выступают рассчитанные значения параметров на основании экспертного мнения групп ...**

- \*a. + потребителей, фармацевтов, врачей
- b. фармацевтов, потребителей, производителей
- c. врачей, фармацевтов, производителей
- d. только врачей

**47. Какими факторами обусловлено повышение объема продаж ЛП и ТАА**

- \*a. + рост числа врачей и провизоров, старение населения, рост доли высокоэффективных ЛП, увеличение бюджетных ассигнований на здравоохранение
- b. отпуск ЛП по рецептам
- c. запрещение рекламы рецептурных ЛС в средствах массовой информации
- d. девальвация национальной валюты

**48. Что такое товарная группа в аптечном ассортименте?**

- \*a. + совокупность номенклатурных позиций, характеризующихся функциональной однородностью по фармакотерапевтическим и потребительским признакам, наличием общей целевой аудитории, едиными стратегическими и тактическими подходами к управлению
- b. совокупность товаров, представленных на одной полке или на одной витрине
- c. совокупность номенклатурных позиций, относящихся к одному бренду
- d. совокупность номенклатурных позиций, которые входят в маркетинговый договор

**49. Структурированный иерархичный номенклатурный перечень ЛП и других ТАА АО в виде товарных групп с возможностью их детализации до уровня ассортиментных позиций – это**

- \*a. + товарный классификатор
- b. номенклатура товаров
- c. ассортиментный портфель аптеки
- d. среднедневной профиль спроса аптеки

## 50. Товарный ассортимент в фармацевтическом маркетинге — это

- \*а. + группы товаров, связанных между собой по схожим функциональным, потребительским и экономическим свойствам
- б. совокупность рыночного предложения
- с. полный перечень кодов номенклатуры лекарственных препаратов
- д. совокупность лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента, представленных на витринах торгового зала конкретной аптеки

### 9.3. Вопросы для собеседования:

1. Алгоритмы построения ассортиментной матрицы на основе многоуровневой группировки товаров аптечного ассортимента
2. Специалисты по управлению ассортиментом: квалификационные требования, функциональная характеристика должности, проблемы выстраивания коммуникации с другими участниками цепочки товародвижения на фармацевтическом рынке
3. Концепция управления товарными группами в аптечной сети: понятие, назначение, сущность, основная идея, преимущества такого подхода.
4. Методы анализа, применяемые для управления ассортиментом: ABC, XYZ – анализ, совмещенный анализ ассортиментно-ценовой доступности ЛП
5. Обоснование средств и методов управления ассортиментом на разных этапах процесса товародвижения
6. Объекты управления ассортиментом в АО и ФО на разных уровнях.
7. Оценка эффективности управления товарными группами аптечного ассортимента.
8. Показатели, характеризующие товарную группу аптечного ассортимента.
9. Ассортиментная политика АО и ФО с учетом реализации их социальных функций
10. Проблемы использования экономических методов управления ассортиментом (ориентированных только на извлечение прибыли) в фармации.

### Пример структуры билета:

1. Алгоритмы построения ассортиментной матрицы на основе многоуровневой группировки товаров аптечного ассортимента
2. Обоснование средств и методов управления ассортиментом на разных этапах процесса товародвижения
3. Проведите анализ выбранной фармакотерапевтической группы ассортимента АО

### 9.4 Критерии оценивания

*Критерии оценки практических навыков:*

«Отлично» – отработано не менее 90% навыков, навыки демонстрируются уверенно, без существенных ошибок, ординатор самостоятельно выбирает и комбинирует методы анализа для решения поставленной аналитической задачи на модельной ассортиментной (фармакотерапевтической) группе.

«Хорошо» - отработано не менее 80% навыков, навыки демонстрируются без существенных ошибок, ординатор выбирает необходимые методы самостоятельно или по наводящим вопросам преподавателя, находит верное решение поставленной аналитической задачи на модельной ассортиментной (фармакотерапевтической) группе.

«Удовлетворительно» - отработано не менее 75% навыков, навыки демонстрируются недостаточно уверенно, ординатор делает ошибки при использовании терминологии, выбирает некорректную аналитическую модель для решения поставленной задачи, но после уточняющих вопросов преподавателя вносит верные коррективы и приходит к решению аналитической задачи.

«Неудовлетворительно» - навыки не отработаны в достаточном объеме, ординатор не может продемонстрировать их во время аттестации, допускает грубые ошибки.

*Критерии оценки результатов тестового контроля:*

«Отлично» - ординатором дан положительный ответ на 91–100% тестовых заданий, что свидетельствует о высоком уровне сформированности компетенций по дисциплине.

«Хорошо» - ординатором дан положительный ответ на 81–90% тестовых заданий, что свидетельствует о среднем уровне сформированности компетенций по дисциплине.

«Удовлетворительно» - ординатором дан положительный ответ на 70–80% тестовых заданий, что свидетельствует о низком уровне сформированности компетенций по дисциплине.

«Неудовлетворительно» – ординатором дан положительный ответ менее чем на 70% тестовых заданий, что свидетельствует о несформированности компетенций по дисциплине.

*Критерии оценки результатов собеседования по билетам:*

«Отлично» - ординатор демонстрирует умение анализировать информацию, грамотно использует профессиональную терминологию, устанавливает причинно-следственные связи и уверенно аргументирует собственную точку зрения, подкрепляя ее как теоретическими, так и прикладными знаниями.

«Хорошо» – то же самое, но при наличии незначительных ошибок при ответе на один или два вопроса билета.

«Удовлетворительно» – ординатор допускает ошибки при использовании профессиональной терминологии, собственную точку зрения не аргументирует, но на наводящие вопросы преподавателя дает корректный ответ.

«Неудовлетворительно» – ординатор некорректно использует терминологию, дает неверные ответы на поставленные вопросы, на наводящие вопросы преподавателя дает некорректные ответы, не видит собственных ошибок.

## **10. Перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики.**

### **10.1. Электронные учебные издания**

1. Управление и экономика фармации : учебник / под ред. И. А. Наркевича. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2021. - 928 с. - ISBN 978-5-9704-6863-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970468630.html>

2. Наркевич, И. А. Организация и управление фармацевтической деятельностью : учебное пособие / под ред. И. А. Наркевича. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2021. - 288 с. - ISBN 978-5-9704-6174-7. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970461747.html>

3. Бадакшанов, А. Р. Государственное регулирование деятельности аптечных организаций и их структурных подразделений : учебное пособие / А. Р. Бадакшанов, С. Н. Ивакина, Г. П. Аткина. - Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2021. - 272 с. - ISBN 978-5-9704-5939-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970459393.html>

### **10.2. Электронные базы данных, к которым обеспечен доступ**

- Электронная библиотечная система «Консультант студента», доступ к комплектам: «Медицина. Здравоохранение. ВО (базовый комплект)», «Медицина. Здравоохранение. ВО (премиум комплект)», «Медицина (ВО) ГЭОТАР-Медиа. Книги на английском языке». Ссылка на ресурс: <https://www.studentlibrary.ru/> ООО «КОНСУЛЬТАНТ СТУДЕНТА» Лицензионный договор №8/14 о предоставлении простой (неисключительной) лицензии на использование «Электронной библиотечной системы «Консультант студента» от 23.06.2022. Срок действия до 31.08.2023 года.

- База данных «Консультант врача. Электронная медицинская библиотека». Ссылка на ресурс: <https://www.rosmedlib.ru/>, ООО «ВШОУЗ-КМК», Договор № 717КВ/06-2022 от 10.08.2022. Срок действия до 09.08.2023 года.

- Электронная библиотечная система «Book Up» Доступ к коллекции «Большая медицинская библиотека». Ссылка на ресурс: <https://www.books-up.ru/> ООО «Букап» Договор №БМБ на оказание безвозмездных услуг размещения электронных изданий от 18.04.2022. Срок действия до 18.04.2027 года.

- Электронно-библиотечная система «Лань», доступ к коллекции «Сетевая электронная библиотека». Ссылка на ресурс: <https://e.lanbook.com/> ООО «ЭБС ЛАНЬ». Договор № СЭБ 1/2022 на оказание услуг от 01.11.2022. Срок действия до: 31.12.2026 года.

- Образовательная платформа «Юрайт». Ссылка на ресурс: <https://urait.ru/> ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ». Лицензионный договор № 10/14 от 30.06.2022. Срок действия до: 31.08.2023 года.

- Электронная библиотека УГМУ, институциональный репозиторий на платформе DSpace. Ссылка на ресурс: <http://elib.usma.ru/> Положение об электронной библиотеке ФГБОУ ВО УГМУ Минздрава России, утверждено и введено в действие приказом ректора ФГБОУ ВО УГМУ Минздрава России Ковтун О.П. от 01.06.2022 г. No 212-р. Договор установки и настройки № 670 от 01.03.2018. Срок действия: бессрочный.

- База данных The Cochrane Library издательства John Wiley&Sons, Inc. Ссылка на ресурс: <https://www.cochranelibrary.com> Письмо РЦНИ от 14.04.2023 №613 О предоставлении лицензионного доступа к содержанию базы данных The Cochrane Library издательства John Wiley&Sons, Inc. в 2023 году на условиях централизованной подписки. Срок действия до 31.07.2023 г.

- База данных Lippincott Williams and Wilkins Archive Journals издательства Ovid Technologies GmbH. Ссылка на ресурс: <https://ovidsp.ovid.com/autologin.cgi> Письмо РЦНИ от 22.12.2022 №1870 О предоставлении лицензионного доступа к содержанию базы данных Lippincott Williams and Wilkins Archive Journals издательства Ovid Technologies GmbH в 2022 году на условиях централизованной подписки. Срок действия: бессрочный.

- База данных The Wiley Journal Database издательства John Wiley&Sons, Inc. Ссылка на ресурс: <https://onlinelibrary.wiley.com> Письмо РЦНИ от 07.04.2023 №574 О предоставлении лицензионного доступа к содержанию баз данных издательства John Wiley&Sons, Inc. в 2023 году на условиях централизованной подписки. - Полнотекстовая коллекция журналов, содержащая выпуски за 2023 год. Срок действия: бессрочный.

#### Дополнительные информационные ресурсы:

<https://elibrary.ru> - Научная электронная библиотека Science Index "Российский индекс цитирования".

<https://scholar.google.ru/schhp?hl=ru> - Поисковая система научной литературы Google Академия

<https://minzdrav.gov.ru/> - Министерство здравоохранения РФ

<http://www.gks.ru> – Сайт федеральной службы государственной статистики (Росстат)

<http://www.roszdravnadzor.ru/> - Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения РФ (Росздравнадзор);

<http://www.consultant.ru/> - КонсультантПлюс – надежная правовая поддержка;

<https://cyberleninka.ru/> - Научная электронная библиотека КиберЛенинка

<http://www.ffoms.ru> - Федеральный фонд обязательного медицинского страхования

<https://www.66.rosпотреbnadzor.ru/> - Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Свердловской области

### 10.3 Основная литература

1. Управление и экономика фармации: учебник / под ред. И.А. Наркевича. - М.: ГЭОТАР-Медиа, 2017.- 928 с.: ил. Экземпляры: всего:13, 1/1 обучающегося

### 10.4 Дополнительная литература

1. Гапоненко, А.Л. Теория управления: учебник для бакалавров /А.Л. Гапоненко, М.В. Савельева.- Москва: Юрайт, 2014.- 342с.

2. Мельникова О. А. Совершенствование деятельности медицинских и фармацевтических организаций в области оборота наркотических средств и психотропных веществ на основе анализа правонарушений : монография / О. А. Мельникова, И. В. Брантнэр – Екатеринбург : УГМА , 2016. – 224 с.
3. Кинев М.Ю. Вопросы формирования в аптечных организациях ассортимента противовирусных лекарственных препаратов (для профилактики и лечения гриппа и ОРВИ): методические рекомендации для фармацевтических работников/М.Ю. Кинев, А.Ю. Петров, О.А. Мельникова: УГМУ, 2015.-116с.
4. Стрекалова Н.Д. Бизнес-планирование: для бакалавров и специалистов./Н.Д. Стрекалова.- СПб: Питер, 2016.-352с. (учебное пособие) – (стандарт третьего поколения).

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при проведении симуляционного курса, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

При осуществлении образовательного процесса по производственной (клинической) практике используются ресурсы электронной информационно-образовательной среды Университета, в частности портал электронных образовательных ресурсов <http://educa.usma.ru>, где представлены необходимые материалы в электронном виде, в том числе используемые элементы дистанционного образования (электронные конспекты лекций, ситуационные задачи, материалы по тестированию, нормативные документы и т.д.).

Обучающимся предоставлена возможность пользования необходимой научной литературой (включая справочную литературу). Каждому обучающемуся обеспечен доступ к комплектам библиотечного фонда, состоящим из отечественных и зарубежных научных периодических изданий. В период производственной (клинической) практики все обучающиеся имеют возможность получать консультации сотрудников и преподавателей.

Обучающиеся обеспечиваются доступом к современным информационным справочным и поисковым системам через сеть Интернет в компьютерных классах.

Электронная информационно-образовательная среда: учебная, учебно-методическая информация представлена на образовательном портале <http://educa.usma.ru>, все обучающиеся имеют доступ к электронным образовательным ресурсам (электронный каталог и электронная библиотека университета <http://elib.usma.ru>, ЭБС «Консультант студента»).

### **Перечень лицензионного программного обеспечения**

#### **1. Системное программное обеспечение**

##### **1.1. Серверное программное обеспечение:**

- VMwarevCenterServer 5 Standard, срок действия лицензии: бессрочно; VMwarevSphere 5 EnterprisePlus, срок действия лицензии: бессрочно, дог. № 31502097527 от 30.03.2015 ООО «Крона-КС»;

- WindowsServer 2003 Standard № 41964863 от 26.03.2007, № 43143029 от 05.12.2007, срок действия лицензий: бессрочно;

- WindowsServer 2019 Standard (32 ядра), лицензионное соглашение № V9657951 от 25.08.2020, срок действия лицензий: 31.08.2023 г., корпорация Microsoft;

- ExchangeServer 2007 Standard (лицензия № 42348959 от 26.06.2007, срок действия лицензии: бессрочно);

- SQL ServerStandard 2005 (лицензия № 42348959 от 26.06.2007, срок действия лицензии: бессрочно);

- CiscoCallManager v10.5 (договор № 31401301256 от 22.07.2014, срок действия лицензии: бессрочно), ООО «Микротест»;

- Шлюз безопасности Ideco UTM Enterprise Edition (лицензия № 109907 от 24.11.2020 г., срок действия лицензии: бессрочно), ООО «АЙДЕКО».

##### **1.2. Операционные системы персональных компьютеров:**

- Windows 7 Pro (OpenLicense № 45853269 от 02.09.2009, № 46759882 от 09.04.2010, № 46962403 от 28.05.2010, № 47369625 от 03.09.2010, № 47849166 от 21.12.2010, № 47849165 от 21.12.2010, № 48457468 от 04.05.2011, № 49117440 от 25.03.10.2011, № 49155878 от 12.10.2011, № 49472004 от 20.12.2011), срок действия лицензии: бессрочно);

- Windows7 Starter (OpenLicense № 46759882 от 09.04.2010, № 49155878 от 12.10.2011, № 49472004 от 20.12.2011, срок действия лицензий: бессрочно);
- Windows 8 (OpenLicense № 61834837 от 09.04.2010, срок действия лицензий: бессрочно);
- Windows 8 Pro (OpenLicense № 61834837 от 24.04.2013, № 61293953 от 17.12.2012, срок действия лицензии: бессрочно);

## 2. Прикладное программное обеспечение

### 2.1. Офисные программы

- OfficeStandard 2007 (OpenLicense № 43219400 от 18.12.2007, № 46299303 от 21.12.2009, срок действия лицензии: бессрочно);
- OfficeProfessionalPlus 2007 (OpenLicense № 42348959 от 26.06.2007, № 46299303 от 21.12.2009, срок действия лицензии: бессрочно);
- OfficeStandard 2013 (OpenLicense № 61293953 от 17.12.2012, № 49472004 от 20.12.2011, № 61822987 от 22.04.2013, № 64496996 от 12.12.2014, № 64914420 от 16.03.2015, срок действия лицензии: бессрочно);
- Office 365 (№0405 от 04.04.2023, срок действия лицензии: по 12.04.2024)

### 2.2. Программы обработки данных, информационные системы

- Программное обеспечение «ТАНДЕМ.Университет» (включая образовательный портал educa.usma.ru) (лицензионное свидетельство № УГМУ/21 от 22.12.2021, срок действия лицензии: бессрочно), ООО «Тандем ИС»;
- Программное обеспечение 1С:Университет ПРОФ (лицензия № 17690325, срок действия – бессрочно, ООО «Технологии автоматизации»);
- Программное обеспечение iSpring Suite (№ 1102-л/353 от 13.10.2022, срок действия лицензии: на 12 месяцев);

### 2.3. Информационные системы дистанционного обучения

- Mirapolis HCM (№ 159/08/22-К от 16.08.2022, срок действия лицензии: на 12 месяцев).

## 12. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения симуляционного курса.

Наименование подразделения	Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий и прочее с перечнем основного оборудования
Кафедра управления и экономики фармации, фармакогнозии	<p><b>Учебная комната №1 кафедры управления и экономики фармации, фармакогнозии:</b></p> <p>Количество посадочных мест: 16</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.Портативный компьютер ученика RAYbookPi152 – 16 штук с установленными программными продуктами</li> <li>2.Тележка хранилище для компьютеров</li> <li>3.Проектор мультимедийный, для демонстрации презентаций – BenQMX660 в комплекте с креплением WiZE-WPA-S -1 штука</li> <li>4.Экран ProjectaCompactElectron – 1 штука</li> <li>5.Система управления звуком BehringerXenux 1202 - 1 штука.</li> <li>6.Коммутатор Cisco 2960-24-TT-L в к-те с кабельными трассами</li> <li>7.Доска ученическая 1*3.0 5-ти полосная -1штука.</li> <li>8. Доска аудиторная 3-х створчатая (зеленая меловая) 1x3-1 штука</li> <li>9.Столы, стулья.</li> </ol> <p><b>Симуляционная аптека (отдел для хранения лекарственных средств)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Шкаф металлический СВ-14 – 2 штуки</li> <li>2.Стол распаковочный – 1 штука</li> <li>3. Персональный компьютер в комплекте - 1 штука</li> <li>4. Холодильник фармацевтический XF-250-3 штуки</li> <li>5. Сейф-холодильник для хранения наркотических препаратов с отсеком-1 штука</li> <li>6.Шкаф фармацевтический -2 штуки</li> <li>7.Шкаф для бумаг-3штуки</li> </ol>

<p>8.Гардероб глубокий-1 штука 9.Принтер А4 HP M452nw CF388A Color Laser Jet Pro-1штука 10.Корпусная ONVIF-совместимая IP –камера с двунаправленным аудиоканалом и микрофоном (микрофонным входом) AXIS P 1264 11.Купольная IP –камера Axis P3346 12.Принтер Kyocera ECOSYS P2035D, лазерный -1 штука 13. Цифровой телефон Cisco Unified IP Phone 7911G-1штука 14.Доска аудиторная 3-х створчатая (зеленая, меловая) 1x3 15.Столы, стулья</p> <p><b>Симуляционная аптека:</b></p> <p>1.Шкаф – витрина аптечная -2 штуки 2.Холодильник фармацевтический ХФ-250-2- 2 штуки 3.Цифровой телефон Cisco Unified IP Phone 7911G-1 штука 4.Стабилизатор напряжения UPS525-3in -1 штука 5.Шкаф СВ-14-1 штука 6.Сейф Карат ASK 67Т- 1 штука 7.Стенд информационный 1200*900 мм (8 карманов)-1 штука 8.Компьютер в комплекте- 1штука 9.Купольная IP-камера с двунаправленным аудиоканалом и микрофоном AXIS P3346-1 штука 10.Фискальный регистратор Штрих-ФР (симуляционное оборудование)</p>
--