

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Семенов Юрий Алексеевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.03.2026 14:39:46
Уникальный программный ключ:
7ee61f7810e60557bee49df655173820157a6d87

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

Кафедра фармации

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по
образовательной

деятельности
К.М.Н., профессор А.А. Ушаков



« 16 » июня 2025 г.

**Фонд оценочных средств по дисциплине
«ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК»**

Специальность: 33.05.01 Фармация
Уровень высшего образования: специалитет
Квалификация выпускника: провизор

Екатеринбург, 2025 г.

Фонд оценочных средств по дисциплине «Фармацевтический рынок» составлен в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по специальности 33.05.01 Фармация (уровень специалитета), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 марта 2018г. №218 и с учетом требований профессиональных стандартов: 02.006 «Провизор», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 9 марта 2016года №91н; 02.012 «Специалист в области управления фармацевтической деятельностью», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской федерации от 22 мая 2017 года №428н; 02.015 «Провизор-аналитик», утверждённого приказом Министерства труда и социальной защиты Российской федерации от 22 мая 2017 года №427н, 02.016 «Специалист по промышленной фармации в области производства лекарственных средств», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской федерации от22 мая 2017года №430н.

Составители: Мельникова О.А., д.ф.н., профессор, профессор кафедры фармации

Рецензент:

Директор аптечной сети ООО «Ранкая» г. Екатеринбург, кандидат фармацевтических наук
Петрова Наталья Николаевна

Фонд оценочных средств обсужден и одобрен на заседании кафедры от 29 мая 2025 г., протокол №5.

Фонд оценочных средств обсужден и одобрен методической комиссией специальности Фармация от 6 июня 2025 г. (протокол №7).

1) Кодификатор результатов обучения по дисциплине

Кодификатор результатов обучения

Категория (группа) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Индекс трудовой функции и ее содержание (из ПС)	Дидактическая единица (ДЕ)	Контролируемые учебные элементы, формируемые в результате освоения дисциплины			Методы оценивания результатов освоения дисциплины
					Знания	Умения	Навыки	
<p>Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность</p> <p>обязательные</p> <p>Адаптация к производственным условиям</p>	ПК-6 Способен принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации	Код А /01.6 - Разработка технологической документации при промышленном производстве лекарственных средств. Трудовая функция В/02.6 - Сопровождение технологического процесса при промышленном производстве лекарственных средств	ИДпко-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	ДЕ1	Знать структуру и принципы функционирования фармацевтического рынка;	находить информацию о конъюнктуре фармацевтического рынка;	Структурирование фармацевтического рынка	Тест -1 (входной контроль знаний); Устный опрос;
обязательные	ПК-6 Способен принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации	Трудовая функция А /01.7 – Мониторинг систем обеспечения качества лекарственных средств в аптечных организациях. Трудовая функция В/02.6 - Сопровождение технологического процесса при промышленном	ИДпко-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	ДЕ2	Знать состав и координацию комплекса фармбизнеса;	провести комплексное исследование фармацевтического рынка;	Формирования спроса на рынках фармацевтической продукции.	Тест -1 (входной контроль знаний); Устный опрос;

		производстве лекарственных средств						
обязательные	ПК-6 Способен принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации	Трудовая функция А /01.7 – Мониторинг систем обеспечения качества лекарственных средств в аптечных организациях. Трудовая функция В/02.6 - Сопровождение технологического процесса при промышленном производстве лекарственных средств	ИДпко-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	ДЕЗ	Знать каналы распределения лекарственных препаратов;	провести анализ ассортимента компании-производителя лекарственных препаратов;	Методы шкалирования, обеспечивающие приведение качественно разнородных данных к числовым показателям.	Тест -1 (входной контроль знаний); Устный опрос;
Обязательные	ПК-6 Способен принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации	Трудовая функция А /01.7 – Мониторинг систем обеспечения качества лекарственных средств в аптечных организациях Код А /01.6 - Разработка технологической документации при промышленном производстве лекарственных средств	ИДпко-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	ДЕ4	Знать требования к маркетинговой информации;	сформулировать требования к маркетинговой стратегии компании;	методами и приемами анализа жизненного цикла на примере безрецептурных лекарственных средств;	Тест -1 (входной контроль знаний); Устный опрос;
Обязательные	ПК-6 Способен принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения	Трудовая функция А /01.7 – Мониторинг систем	ИДпко-6.-2 Выбирает оптимальных поставщиков и организует процессы закупок на основе результатов	ДЕ5	Знать методы анализа покупательски	определить степень монополизации	современным и методами сбора и	Тест -1 (входной контроль знаний);

	<p>фармацевтической организации</p>	<p>обеспечения качества лекарственных средств в аптечных организациях</p> <p>Код А /01.6 - Разработка технологической документации при промышленном производстве лекарственных средств</p> <p>Трудовая функция В/02.6 - Сопровождение технологического процесса при промышленном производстве лекарственных средств</p>	<p>исследования рынка поставщиков лекарственных средств для медицинского применения и других товаров аптечного ассортимента</p>		<p>х предпочтений</p>	<p>фармацевтического рынка;</p>	<p>обработки данных полученных с фармацевтического рынка;</p>	<p>Устный опрос</p>
--	-------------------------------------	---	---	--	-----------------------	---------------------------------	---	---------------------

<p>Инклюзивная компетентность</p> <p>Обязательные</p>	<p>ПК-6 Способен принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации</p>	<p>A/01.7 Оптовая, розничная торговля, отпуск лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента</p> <p>Код /А 04.7 Информирование населения и медицинских работников о лекарственных препаратах и других товарах аптечного ассортимента</p>	<p>ИДпко-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</p>	<p>ДЕ6</p>	<p>Знать Рыночную систему сбыта и реализации лекарств</p>	<p>дать рекомендации по разработке новых и перспективных лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента.</p>	<p>Алгоритмами проведения маркетинговых исследований товаров аптечного ассортимента;</p>	<p>Тест -1 (входной контроль знаний); Устный опрос</p>
---	---	--	---	-------------------	---	--	--	--

Обязательные	ПК-6 Способен принимать участие в планировании и организации ресурсного обеспечения фармацевтической организации	<p>A/01.7 Оптовая, розничная торговля, отпуск лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента</p> <p>Код /А 04.7 Информирование населения и медицинских работников о лекарственных препаратах и других товарах аптечного ассортимента</p>	ИДпко-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	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

Теоретические вопросы

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?

ДЕ-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 определяться, 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?

ДЕ-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

ДЕ-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?

Тестовые задания (с одним правильным ответом)

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?
А. 272
Б. 1800
В. 145
Г. 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

А. От $-\infty$ до $+\infty$

Б. От 0 до $+\infty$

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. Дыхательной 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. С 2015 года компания «Фармсинтез» г. Тюмень начала выпуск 30 видов ЛП нового поколения из группы

А. Витаминов

Б. Гормонов

В. Анальгетиков

Г. Адреноблокаторов

24. В настоящее время доля России в мировом экспорте фармацевтической продукции составляет

А. 0,1 %

Б. 2,0 %

В. 3,7 %

Г. 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»

Тестовые задания (с несколькими правильными ответами)

1. Что относится к ключевым участникам фармацевтического рынка?

а) Производители лекарственных средств (фармацевтические компании)

б) Оптовые звенья дистрибуции (дистрибьюторы)

в) Розничные аптеки и аптечные сети

г) Государственные регуляторные органы (например, Минздрав, Росздравнадзор)

е) Все перечисленные выше

Правильные ответы: е (так как все варианты а-д являются ключевыми участниками).

2. Какие факторы в наибольшей степени определяют специфику фармацевтического рынка?

а) Жесткое государственное регулирование (регистрация, контроль качества, ценообразование)

б) Неэластичность спроса по цене на жизненно важные лекарства

в) Доминирование рекламы как основного инструмента продвижения

г) Разделение субъекта потребления (пациент) и субъекта выбора/назначения (врач)

е) Отсутствие патентной защиты для всех товаров

Правильные ответы: а, б, г. (в – неверно, так как для рецептурных препаратов реклама ограничена; е – неверно, патентная защита является ключевой особенностью).

3. Что входит в структуру ассортимента фармацевтического рынка?

а) Рецептурные лекарственные препараты (Rx)

б) Безрецептурные лекарственные препараты (OTC)

в) Медизделия и предметы ухода за больными

г) Биологически активные добавки (БАД)

е) Парфюмерно-косметическая продукция

Правильные ответы: a, b, c, d. (e – как правило, относится к смежному, но отдельному сегменту рынка, хотя часто продается в аптеках).

4. Что понимается под жизненным циклом лекарственного препарата на рынке?

- a) Период от синтеза молекулы до снятия с производства
- b) Этапы: разработка, вывод на рынок, рост, зрелость, спад
- c) Срок действия регистрационного удостоверения
- d) Период патентной защиты (эксклюзивности) и последующий период дженериков
- e) Гарантийный срок хранения препарата

Правильные ответы: b и d. (b – классическое маркетинговое определение; d – специфическая отраслевая особенность ЛС. a – слишком широко, c и e – частные случаи).

5. Какие модели ценообразования характерны для фармацевтического рынка России?

- a) Свободное рыночное ценообразование на все препараты
- b) Государственное регулирование предельных надбавок в оптовом и розничном звене
- c) Регулирование цен на препараты, включенные в перечень ЖНВЛП (жизненно необходимых)
- d) Установление государственных закупочных цен по результатам тендеров (например, для госпитального сегмента)
- e) Фиксированные цены, единые для всех аптек страны

Правильные ответы: b, c, d. (a – неверно, рынок регулируемый; e – неверно, цены могут варьироваться в пределах установленных надбавок).

6. Что относится к основным сегментам фармацевтического рынка по каналам сбыта?

- a) Аптечный (розничный) сегмент
- b) Госпитальный (больничный) сегмент
- c) Парафармацевтический сегмент
- d) Сегмент прямых продаж производителя населению
- e) Ветеринарный сегмент

Правильные ответы: a и b – это два основных сегмента. (c – часто считается частью аптечного ассортимента; d – не является массовым основным каналом; e – это отдельный, смежный рынок).

7. Что такое дженерик?

- a) Лекарственный препарат, содержащий новую, ранее неизвестную молекулу
- b) Воспроизведенный лекарственный препарат, эквивалентный оригинальному по составу и дозировке
- c) Препарат, не имеющий патентной защиты
- d) Как правило, более доступный по цене аналог оригинального препарата
- e) Препарат с недоказанной терапевтической эффективностью

Правильные ответы: b, c, d. (a – это определение инновационного (оригинального) препарата; e – неверно, дженерики должны доказать биоэквивалентность).

8. Какова роль государства на фармацевтическом рынке?

- a) Основной покупатель лекарств для государственных медицинских учреждений
- b) Регулятор качества, безопасности и эффективности лекарственных средств
- c) Установщик правил розничной торговли и лицензирования деятельности

- d) Организатор системы лекарственного обеспечения льготных категорий граждан (например, по программе ДЛО)
- e) Прямой конкурент частных фармацевтических компаний на рынке

Правильные ответы: а, b, с, d. (е – неверно, государство не производит лекарства в рыночных условиях для прямой конкуренции, но может иметь государственные производителей для стратегических целей).

Тестовые задания (на соответствие)

Вопрос 1. Установите соответствие между **основным нормативным актом и сферой его регулирования** в фармацевтическом бизнесе России.

1. Федеральный закон № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств»
2. Федеральный закон № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в РФ»
3. Правила надлежащей аптечной практики (НАП)
4. Федеральный закон № 2300-1 «О защите прав потребителей»

А) Определяет права пациента, порядок оказания медицинской помощи, включая назначение и выписку лекарств. Б) Устанавливает требования к организации хранения, отпуска, учета лекарств и работы аптечных организаций. В) Регулирует отношения при продаже товаров (в т.ч. лекарств) гражданам, устанавливает права на информацию и безопасность товара. Г) Регулирует весь жизненный цикл ЛС: от доклинических исследований до государственной регистрации, производства, оборота и уничтожения.

Ответ: 1-Г, 2-А, 3-Б, 4-В.

Вопрос 2. Установите соответствие между **государственным регуляторным органом и его ключевой функцией** в системе фармацевтического рынка РФ.

1. Министерство здравоохранения РФ (Минздрав России)
2. Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения (Росздравнадзор)
3. Федеральная антимонопольная служба (ФАС России)
4. Федеральная таможенная служба (ФТС России)

А) Контроль и надзор за соблюдением законодательства в сфере обращения ЛС, проведение проверок, лицензирование. Б) Разработка государственной политики, нормативно-правовое регулирование, утверждение перечней (например, ЖНВЛП). В) Контроль за применением антимонопольного законодательства, в том числе при госзакупках лекарств и регулировании цен. Г) Контроль за ввозом и вывозом лекарственных средств через границу, борьба с контрафактом на этапе импорта/экспорта.

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-В, 4-Г.

Вопрос 3. Установите соответствие между **ключевым экономическим понятием** фармацевтического рынка и **его определением**.

1. ЖНВЛП (Жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты)
2. Добавленная налоговая стоимость (НДС) на ЛС
3. Предельная отпускная цена производителя
4. Предельная оптовая и розничная надбавка

А) Максимальная цена, по которой производитель может продавать препарат, включенный в особый перечень. Б) Устанавливаемый субъектом РФ в процентном отношении максимальный размер наценки к цене приобретения для дистрибьюторов и аптек. В) Налог, применяемый к большинству товаров, но для некоторых категорий ЛС действует льготная ставка (10% вместо 20%). Г) Перечень препаратов, цены на которые подлежат государственной регистрации и регулированию, а наличие отслеживается.

Ответ: 1-Г, 2-В, 3-А, 4-Б.

Вопрос 4. Установите соответствие между **формой обращения лекарственного средства и её характеристикой**.

1. Лекарственный препарат

2. Исследовательский лекарственный препарат
3. Фармацевтическая субстанция
4. Готовая лекарственная форма

А) Используется только в рамках клинических исследований, не имеет регистрационного удостоверения. Б) Лекарственное средство в заданной дозировке и лекарственной форме, разрешенное к медицинскому применению. В) Исходное вещество с установленной фармакологической активностью, предназначенное для производства ЛС. Г)

Лекарственный препарат в той форме, в которой он поступает к конечному потребителю (таблетки, раствор и т.д.).

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-В, 4-Г.

Вопрос 5. Установите соответствие между **этапом обращения лекарственных средств и органом/процедурой, его контролирующей.**

1. Разработка и доклинические исследования
2. Государственная регистрация
3. Серийное производство
4. Розничная реализация

А) Требуется наличия регистрационного удостоверения, выданного Минздравом РФ. Б) Лицензируется, осуществляется в соответствии с правилами Надлежащей производственной практики (GMP). В) Проводится по правилам Надлежащей лабораторной практики (GLP). Г) Осуществляется только аптечными организациями, имеющими лицензию, и по правилам НАП.

Ответ: 1-В, 2-А, 3-Б, 4-Г.

Вопрос 6. Установите соответствие между **системой стандартов качества и сферой её применения** в фармацевтическом бизнесе.

1. GMP (Good Manufacturing Practice)
2. GDP (Good Distribution Practice)
3. GSP (Good Storage Practice)
4. GPP (Good Pharmacy Practice) / НАП

А) Правила надлежащей дистрибьюторской практики при оптовой торговле. Б) Правила надлежащей аптечной практики при розничной торговле и отпуске. В) Правила надлежащей производственной практики. Г) Правила надлежащей практики хранения лекарственных средств.

Ответ: 1-В, 2-А, 3-Г, 4-Б.

Вопрос 7. Установите соответствие между **типом фармацевтической продукции и особенностями её правового статуса и оборота.**

1. Рецептурный препарат (Rx)
2. Безрецептурный препарат (ОТС)
3. Биологически активная добавка (БАД)
4. Медизделие

А) Может отпускаться без рецепта, но с обязательной консультацией провизора; реклама разрешена. Б) Отпускается только по назначению врача, имеет ограничения на рекламу.

В) Не является лекарством, регистрируется как пищевой продукт, проходит оценку соответствия (декларирование/регистрация). Г) Регистрируется в Росздравнадзоре, имеет регистрационное удостоверение не на лекарство, а на изделие медицинского назначения.

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-В, 4-Г.

Вопрос 8. Установите соответствие между **инструментом государственного регулирования и его основной целью** на фармацевтическом рынке.

1. Лицензирование фармацевтической деятельности
2. Государственная регистрация цен на ЖНВЛП
3. Проведение проверок Росздравнадзора
4. Формирование перечня 7ВН (дорогостоящие заболевания)

А) Обеспечение доступности жизненно важных лекарств для населения за счет контроля их стоимости. Б) Подтверждение соответствия субъекта рынка (производителя, дистрибьютора, аптеки) обязательным требованиям законодательства. В) Финансирование дорогостоящей лекарственной терапии для отдельных категорий пациентов за счет средств федерального бюджета. Г) Надзор за соблюдением лицензионных требований и правил обращения ЛС на всех этапах.

Ответ: 1-Б, 2-А, 3-Г, 4-В.

Тестовые задания (на последовательность)

Вопрос 1. Установите правильную последовательность основных звеньев в канале сбыта лекарственных средств (от производителя к потребителю):

1) Дистрибьютор (оптовое звено) 2) Розничная аптека или аптечный пункт 3) Производитель лекарственных средств (фармацевтическая компания) 4) Конечный потребитель (пациент)

Правильная последовательность: 3 -> 1 -> 2 -> 4 (Производитель → Дистрибьютор → Розничная аптека → Потребитель)

Вопрос 2. Установите правильную последовательность этапов стандартной оптовой операции «отбор заказа» в дистрибьюторской компании:

1) Формирование отгрузочных документов и передача заказа в службу доставки 2) Проверка остатков товара на складе и бронирование позиций 3) Прием и обработка заявки от аптеки (проверка корректности, сверка с ассортиментным перечнем) 4) Физический отбор товара со стеллажей склада в соответствии с заявкой 5) Комплектация и упаковка отобранного заказа в тару для отгрузки

Правильная последовательность: 3 -> 2 -> 4 -> 5 -> 1

Вопрос 3. Установите правильную последовательность действий провизора/фармацевта при реализации безрецептурного препарата (ОТС) в аптеке:

1) Консультирование покупателя и предложение аналогов (при необходимости) 2) Получение оплаты, выдача чека и препарата покупателю 3) Идентификация запроса покупателя (выяснение симптомов, длительности состояния) 4) Проверка срока годности и внешнего вида упаковки при отпуске 5) Проверка совместимости с другими препаратами, о которых сообщил покупатель

Правильная последовательность: 3 -> 5 -> 1 -> 4 -> 2

Вопрос 4. Установите правильную последовательность основных шагов при поступлении и оприходовании партии лекарств в розничной аптеке:

1) Размещение товара на хранение в зоне хранения или выкладка в торговый зал 2) Сверка фактического наличия товара и его состояния с сопроводительными документами (ТТН, счет-фактура, декларация) 3) Внесение данных о товаре в учетную систему аптеки (приходная накладная, движение по сериям и срокам годности) 4) Приемка товара от курьера/перевозчика и проверка целостности грузового места

Правильная последовательность: 4 -> 2 -> 3 -> 1

Вопрос 5. Установите правильную последовательность этапов процесса управления товарными запасами в аптеке:

1) Анализ продаж, оборачиваемости и остатков 2) Формирование и отправка заказа поставщику (дистрибьютору) 3) Определение потребности в товаре (расчет страхового и текущего запаса) 4) Мониторинг поставки и оприходование товара

Правильная последовательность: 1 -> 3 -> 2 -> 4

Вопрос 6. Установите правильную последовательность приоритетов при отпуске лекарственного препарата из аптеки (от наиболее важного к менее важному):

1) Соблюдение законодательных норм (отпуск только при наличии рецепта для Rx-препаратов) 2) Проверка маркировки и срока годности 3) Оказание дополнительной консультативной услуги для повышения лояльности 4) Соблюдение условий хранения

препарата при выдаче (например, термолабильных средств) 5) Финансовая выгода от продажи (максимальная наценка)

Правильная последовательность (по приоритету): 1 -> 4 -> 2 -> 3 -> 5 (Законность и безопасность → Условия хранения → Качество → Сервис → Экономика)

Вопрос 7. Установите правильную последовательность этапов работы с рецептурным бланком в аптеке при наличии всех необходимых лекарств:

1) Проверка правильности оформления рецепта (заполненность всех полей, подпись и печать врача, срок действия) 2) Подбор лекарств по рецепту, проверка серий и сроков годности 3) Маркировка упаковки препарата (номер рецепта, способ применения) 4) Оформление отпуска в журнале рецептов и/или учетной системе 5) Выдача препарата пациенту с устными пояснениями по приему

Правильная последовательность: 1 -> 2 -> 3 -> 4 -> 5

Вопрос 8. Установите правильную последовательность в логистической цепи «производитель-дистрибьютор» при отгрузке крупной партии товара:

1) Планирование отгрузки и заказ транспорта у логистической компании 2) Заключение договора поставки и согласование спецификации 3) Формирование отгрузочных документов (ТТН, сертификаты, счета-фактуры) 4) Отгрузка товара со склада производителя и погрузка в транспорт 5) Получение авансового платежа или подтверждение оплаты от дистрибьютора

Правильная последовательность (стандартный процесс): 2 -> 5 -> 1 -> 3 -> 4 (Договор → Оплата → Орг. логистики → Документы → Физическая отгрузка)

Тестовые задания (открытый ответ)

Какие три основные особенности характеризуют спрос на лекарственные средства и отличают его от спроса на обычные товары? Объясните каждую.

Пример ожидаемого ответа:

1. Для лекарств, критически важных для жизни (например, инсулин, антибиотики при тяжелых инфекциях), изменение цены мало влияет на объем покупок, так как потребитель не может отказаться от них.
2. Фактический потребитель (пациент) часто не является лицом, выбирающим продукт. Выбор (и формирование спроса) осуществляет врач через назначение, что делает спрос производным от профессиональных медицинских решений.
3. Спрос сильно зависит от внешних факторов: рекомендаций медицинских сообществ, государственных программ льготного обеспечения (ДЛО), списков ЖНВЛП, страховых покрытий, а не только от индивидуальных предпочтений и доходов.

Перечислите и кратко поясните четыре ключевых фактора, влияющих на формирование спроса на конкретный лекарственный препарат.

Пример ожидаемого ответа:

1. Эффективность, безопасность, наличие доказательных клинических исследований, рекомендации в клинических руководствах.
2. Цена препарата, наличие в программах льготного обеспечения, страховое покрытие, стоимость альтернативной терапии.
3. Включение препарата в перечни (ЖНВЛП, стандарты лечения), ограничения на отпуск (рецептурный/безрецептурный статус), решения региональных органов здравоохранения о закупках.
4. Уровень знаний и предпочтений врачей (формируемые через медицинское образование, конференции), осведомленность пациентов, маркетинговые активности компании (для ОТС-сегмента).

Объясните, почему спрос на безрецептурные (ОТС) препараты считается более эластичным по цене, чем спрос на рецептурные (Rx) препараты для лечения хронических тяжелых заболеваний. Приведите примеры.

Пример ожидаемого ответа: Спрос на ОТС-препараты (например, витамины, средства от простуды, легкие анальгетики) более эластичен, потому что:

- Существует множество аналогов и альтернатив (другой бренд, другой действующий компонент, народные средства).
- Их потребление часто не является жизненно необходимым, покупку можно отложить или отказаться от нее.
- Покупатель сам принимает решение и может реагировать на изменение цены, акции.

Спрос на Rx-препараты для тяжелых хронических болезней (например, инсулин для диабета I типа, антиретровирусные средства) крайне неэластичен, так как отсутствие лечения ведет к серьезным осложнениям или смерти, а альтернативы часто отсутствуют или неэффективны. Здесь цена — второстепенный фактор.

Какие четыре основных группы факторов определяют предложение на фармацевтическом рынке (то, какие препараты и в каких объемах доступны)?

Пример ожидаемого ответа:

1. Возможности фармкомпаний (наличие производственных линий по GMP, научный потенциал для разработки новых препаратов), сроки и затраты на R&D (исследования и разработки).
2. Процесс государственной регистрации препаратов (длительность, сложность), наличие патентной защиты (определяет период эксклюзивного предложения оригинатора), правила импорта.
3. Эффективность работы дистрибьюторских сетей, возможность доставить препараты в регионы, система управления запасами.
4. Ценовая политика (особенно для регулируемых ЖНВЛП), объемы государственных и коммерческих закупок, ожидаемая рентабельность для производителя.

Как государственное регулирование напрямую влияет на баланс спроса и предложения на фармацевтическом рынке? Опишите механизм воздействия через две конкретные меры.

Пример ожидаемого ответа: Государство выступает как мощный регулятор, прямо формируя и спрос, и предложение.

1. Влияние на СПРОС (пример):

- Государство, финансируя закупки препаратов для льготных категорий населения, искусственно создает гарантированный, централизованный спрос на определенные лекарства. Это стимулирует их производство и предложение.

2. Влияние на ПРЕДЛОЖЕНИЕ (пример):

- Устанавливая предельные отпускные цены и выступая как крупнейший покупатель через тендеры, государство непосредственно определяет, какие препараты (по цене и производителю) будут предлагаться на рынке в большом объеме. Это ограничивает свободное ценовое предложение в этом сегменте.

Критерии оценки при тестировании

Количество правильных ответов	Оценка по общепринятой шкале
90 – 100%	Отлично
80 – 89%	Хорошо
70 – 79%	Удовлетворительно
0 – 69%	Неудовлетворительно

3. Темы докладов по дисциплине «Фармацевтический рынок»

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

4. 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 фарм субстанций, 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. Дистрибуция 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)

Е) 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 $x\%$, 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?

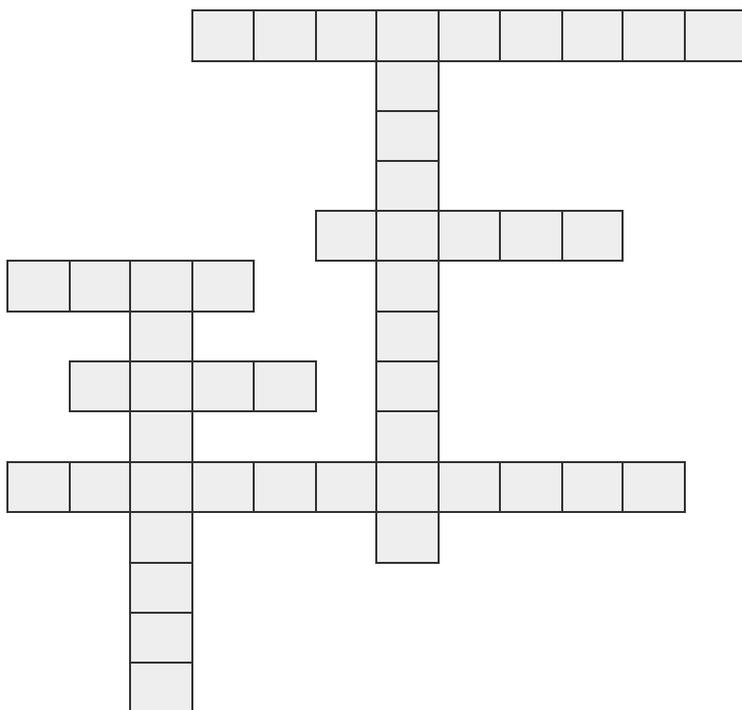
Возможный ответ: В данном случае мы видим пример стратегии диверсификации производства, так как компания пытается расширить сферу своей деятельности, выходя на рынок нового для нее вида продукции. В данном случае диверсификация будет связанной, так как рынок БАДов является смежным с рынком лекарственных 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 x 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	а	р	к	е	т	и	н	г	
						о						
						н						
						к						
		2		6	а	у	д	и	т			
4	р	и	с	к		р						
			т			е						
	1	в	р	а	ч	н						
			а			ц						
3	п	о	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».

Методика оценивания учебных достижений студентов по Дисциплине «Фармацевтический рынок»

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

Цель зачета – оценить степень освоения обучающимися профессиональных знаний, компетенций в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) (уровень специалитета) 33.05.01 Фармация.

Настоящая Методика оценивания учебных достижений студентов по дисциплине (далее – Методика) разработана в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания учебных достижений студентов УГМУ, принятым на заседании Ученого совета (протокол № 11 от 18.04.2025 г.) и утвержденным приказом ректора № 203-р от 06.05.2025 г.

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 рейтинговых баллов (максимально - 60 баллов). Максимальная сумма рейтинговых баллов по итогам итогового контроля (экзамена) знаний и умений составляет 100 рейтинговых баллов. Максимальный рейтинг при сдаче экзамена обучающимся составляет 40 рейтинговых 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

1.1. Рейтинг студента за один семестр должен составить от 50 до 80 баллов.

1.2. Виды оцениваемых учебных видов деятельности:

1.2.1. Посещение лекций - 1 балл (всего 8 лекций). Итого - 8 баллов

1.2.2. Посещение практических занятий - 1 балл (всего 16 занятий).

Итого - 16 баллов

1.2.3. За успеваемость по результатам текущего контроля: тестирование, устный опрос, контрольная работа:

1. Текущий контроль знаний	Количество	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
тестирование	8	1 балл за тест с оценкой «удовлетворительно» Сумма баллов - 1 балл x 8 = 8 баллов	3 балла с оценкой «отлично» Сумма баллов – 3 балла x 8 = 24 балла

Устный опрос	от 10 до 16 раз	10 устных ответа - 10 балла	16 устных ответов - 16 баллов
За самостоятельную работу студента (подготовка доклада в виде презентаций и выступление, реферат)	От 2 до 4 докладов	Выступление с докладом + презентация = 8 балла	Подготовка 4 презентаций с выступлением = 16 баллов
	ИТОГО с посещениями лекций и практических занятий	50 баллов	80 баллов

Рубежный контроль - зачет

2. Зачет	2 вопроса по 10 баллов	Минимум 0 баллов Оценка «удовлетворительно»	Максимум 20 баллов Оценка «отлично»
----------	------------------------	--	---