

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела Контрольно-измерительные средства по дисциплине «Фармацевтический менеджмент и маркетинг»		40-2025 1стр. из 10

## КОНТРОЛЬНО-ИЗМЕРИТЕЛЬНЫЕ СРЕДСТВА

Техническая спецификация и тестовые задания (вопросы билетов) для  
рубежного контроля 1(2)

**Название ОП:** 6В10106- «Фармация»

**Код дисциплины:** ММОФК 4302

**Дисциплина:** «Фармацевтический менеджмент и маркетинг»

**Объем учебных часов/кредитов:** 150 (5)

**Курс и семестр изучения:** 4/8

<p>ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ</p>		<p>SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»</p>
<p>Кафедра организации и управления фармацевтического дела Контрольно-измерительные средства по дисциплине «Фармацевтический менеджмент и маркетинг»</p>		<p>40-2025 2стр. из 10</p>

## Тестовые задания (вопросы билетов) для рубежного контроля 1(2)

Составитель: \_\_\_\_\_ Шимирова Ж.К., к.фарм.н., и.о.доцента

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ Шертаева К.Д.

Протокол № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ г.

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		 SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40-2025
Контрольно-измерительные средства по дисциплине «Фармацевтический менеджмент и маркетинг»		3стр. из 10

## Техническая спецификация на тестовые задания рубежного контроля 1

№ п/п	Темы	Количество вопросов/заданий		
		Знание	Понимание	Применение
1	Содержание и сущность маркетинга. Маркетинговое понимание рынка.	9	22	13
2	Анализ и развитие товара. Жизненный цикл лекарственных средств и медицинских изделий.	9	23	14
3	Ценовая политика фармацевтической фирмы.	9	23	14
4	Исследование потребителей и типологии потребления лекарственных средств	9	22	13
5	Маркетинговые исследования фармацевтического рынка	9	22	14
	Всего	45	112	68

## Техническая спецификация на тестовые задания рубежного контроля 2

№ п/п	Темы	Количество вопросов/заданий		
		Знание	Понимание	Применение
1	Управление маркетингом, маркетинговое планирование	9	22	13
2	Методологические основы менеджмента. Технология принятия управленческого решения.	9	23	14
3	Управление процессом принятия решений. Принципы делегирования полномочий.	9	23	14
4	Мотивация трудовой деятельности. Стили управления трудовым коллективом.	9	22	13
5	Грамотное фармацевтическое консультирование – рецепт успеха для аптек.	9	22	14
	Всего	45	112	68



<div>ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ</div>		<div> SKMA —1979—</div>	<div>SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»</div>
Кафедра организации и управления фармацевтического дела			40-2025
Контрольно-измерительные средства по дисциплине «Фармацевтический менеджмент и маркетинг»			4стр. из 10

## Билеты рубежного контроля 1

### Билет 1

1. Дайте определение маркетингу
2. Когда произошло появление фармацевтического маркетинга и с чем это связано?
3. Что понимают под фармацевтическим маркетингом?

### Билет 2

1. Назовите основные этапы развития рынка и присущие им концепции.
2. Что понимается под концепцией совершенствования производства?
3. Дайте характеристику концепции совершенствования товара.

### Билет 3

1. В чем заключается концепция интенсификации коммерческих усилий?
2. Укажите отличительные черты концепции маркетинга.
3. Что понимают под концепцией социально-этического маркетинга?

### Билет 4

1. В чем состоят основные принципы и функции маркетинга?
2. Что понимают под товаром?
3. Как классифицируются товары в маркетинге?

### Билет 5

1. Что понимают под моделью анализа потребительских свойств товара
2. Что такое жизненный цикл товара?
3. Какие стадии жизненного цикла товара вы знаете?

### Билет 6

1. Что понимают под внутренними факторами маркетинга?
2. Как проводится анализ внутренних факторов маркетинга?
3. Что понимают под товарной политикой фирмы?

### Билет 7

1. Как осуществляется корректировка товарной политики фирмы на основе результатов анализа внутренних факторов маркетинга
2. Что такое фармацевтический рынок?
3. Какие виды рынков Вы знаете?

### Билет 8

1. Что такое потребительский рынок?

<p>ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН MEDISINA AKADEMIASY «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ</p>		<p>SOUTH KAZAKHSTAN MEDICAL ACADEMY АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»</p>
<p>Кафедра организации и управления фармацевтического дела</p>		<p>40-2025</p>
<p>Контрольно-измерительные средства по дисциплине «Фармацевтический менеджмент и маркетинг»</p>		<p>5стр. из 10</p>

2. Что предоставляет собой посреднический рынок?
3. Что понимают под рынком государственных учреждений?

**Билет 9**

1. Что представляет собой международный рынок?
2. Как можно классифицировать рынок по географическому положению?
3. Что понимают под емкостью рынка?

**Билет 10**

1. Как определяется емкость фармацевтического рынка?
2. Что такое рынок продавца и рынок покупателя?
3. Как осуществляется прогнозирование развития рынка?

**Билет 11**

1. Что понимают под сегментированием фармацевтического рынка?
2. Что понимают под ценой?
3. Какие виды цен используются в фармацевтической деятельности?

**Билет 12**

1. Какие основные факторы принятия решения о ценообразовании вы знаете?
2. Что понимают под конкуренцией в ценообразовании?
3. Что понимают под потребностями компании и как происходит выбор ценовой стратегии?

**Билет 13**

1. Как происходит учет политической ситуации в ценообразовании?
2. Что понимают под ценовой политикой?
3. Каковы стратегические задачи ценообразования?

**Билет 14**

1. Что такое политика продвижения товара?
2. Как осуществляется формирование коммуникационной политики?
3. Что понимают под рекламой?

**Билет 15**

1. Какие вы знаете основные разновидности рекламы?
2. Что понимают под личной продажей товара?
3. Какие вы знаете методы стимулирования продаж?

**Билет 16**



ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40-2025
Контрольно-измерительные средства по дисциплине «Фармацевтический менеджмент и маркетинг»		бстр. из 10

1. Что понимают под общественными связями?
2. Каковы основные этапы разработки рекламного обращения?
3. Что понимают под поведением покупателя при совершении покупок?

**Билет 17**

1. Как осуществляется взаимодействие продавца и покупателя?
2. Что такое модель иерархии потребностей?
3. Каковы принципы и каналы распределения?

**Билет 18**

1. Какие факторы распределения вы знаете?
2. Что понимают под розничными торговыми и сервисными компаниями?
3. Что такое франшизы, кооперативы и клубы покупателей?

**Билет 19**

1. Какие способы осуществления продаж вы знаете?
2. Что такое физическое распределение?
3. Что понимают под маркетинговыми исследованиями?

**Билет 20**

1. Какова структура и сущность объектов маркетинговых исследований?
2. Что понимают под макро- и микросредой?
3. Дайте характеристику факторам макро- и микросреды.

**Билет 21**

1. Что понимают под SWOT-анализом?
2. Что такое сегментирование рынка?
3. В чем заключается методика позиционирования товара?

**Билет 22**

1. Что понимают под анкетированием, опросами, наблюдением в маркетинговых исследованиях?
2. Что понимают под ценой?
3. Что такое жизненный цикл товара?

## **Билеты рубежного контроля 2**

**Билет № 1**

1. Что понимают под процедурой маркетингового планирования?
2. Что такое миссия и цель фирмы?

ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA          AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ		SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL          ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»
Кафедра организации и управления фармацевтического дела		40-2025
Контрольно-измерительные средства по дисциплине «Фармацевтический менеджмент и маркетинг»		7стр. из 10

3. Что понимают под обоснованием стратегий достижения целей?

**Билет 2**

1. Как проводится разработка планов конкретных действий?
2. Как осуществляется согласование плановых действий во времени?
3. Какие используются методы упорядочения плановых действий во времени?

**Билет 3**

1. Дайте основные понятия сетевых моделей.
2. Как осуществляется обоснование бюджетов маркетинга?
3. Как проводится контроль и корректировка планов маркетинга?

**Билет 4**

1. Что понимают под менеджментом, фармацевтическим менеджментом?
2. Что понимают под управлением?
3. В чем заключается управленческая деятельность?

**Билет 5**

1. Какие периоды в развитии теории и практики управления можно выделить?
2. С чем связан системный подход в менеджменте?
3. В чем суть и значение ситуационного подхода в управлении?

**Билет 6**

1. Что является объектом и предметом изучения менеджмента?
2. Какова цель менеджмента?
3. Какие функции менеджмента вы знаете?

**Билет 7**

1. Какова сущность наиболее известных методов менеджмента?
2. Что такое принципы менеджмента?
3. Каковы современные принципы управления?

**Билет 8**

1. Что понимают под решением, управленческим решением, технологией управления?
2. Как классифицируются управленческие решения?
3. В чем заключаются этапы принятия управленческих решений?

**Билет 9**



<p>ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ</p>		<p>SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»</p>
<p>Кафедра организации и управления фармацевтического дела</p>		<p>40-2025</p>
<p>Контрольно-измерительные средства по дисциплине «Фармацевтический менеджмент и маркетинг»</p>		<p>8стр. из 10</p>

1. Дайте характеристику методам, которые могут использоваться на первом этапе управленческого решения?
2. Как осуществляется реализация управленческого решения?
3. Что понимают под «предприимчивостью менеджера»?

**Билет 10**

1. Какой существует риск в управленческих решениях?
2. Как осуществляется процесс управления риском?
3. Что понимают под делегированием полномочий?

**Билет 11**

1. Какова цель делегирования полномочий?
2. В чем заключаются основные принципы рационального делегирования в менеджменте?
3. Что такое организационные полномочия?

**Билет 12**

1. Как проводится оценка уровня работы подчиненных?
2. Что такое норма управляемости?
3. Какие существуют виды нормы управляемости?

**Билет 13**

1. Что понимают под качеством работы руководителя?
2. Что такое качество работы подчиненных?
3. В чем заключаются основные факторы успешного делегирования?

**Билет 14**

1. Что понимают под мотивацией?
2. Что понимают под моделью мотивационного процесса?
3. Как осуществляется мотивация деятельности организации?

**Билет 15**

1. Каковы основные теории мотивации?
2. Какие существуют стили управления трудовым коллективом?
3. Какие существуют три подхода к определению стилей руководства?

**Билет 16**

1. Что понимают под кадровой политикой аптеки?
2. Какова структура кадровой политики аптеки?
3. В чем заключается концепция и принципы управления персоналом?



<p>             OŇTÜSTIK-QAZAQSTAN  <b>MEDISINA AKADEMIASY</b>              «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ           </p>		<p>             SOUTH KAZAKHSTAN  <b>MEDICAL ACADEMY</b>              АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»           </p>
<p>Кафедра организации и управления фармацевтического дела</p>		40-2025
<p>Контрольно-измерительные средства по дисциплине «Фармацевтический менеджмент и маркетинг»</p>		9стр. из 10

**Билет 17**

1. В чем заключаются задачи кадровой политики организации?
2. Что понимают под стратегическими задачами кадровой политики?
3. Что такое тактические задачи кадровой политики?

**Билет 18**

1. Что понимают под оперативными задачами кадровой политики?
2. Порядок составления функционально-должностных инструкций.
3. Понятие фармацевтическая помощь.

**Билет 19**

1. Перечислите отличительные черты системы фармацевтической помощи.
2. Что является основной целью фармацевтической помощи?
3. Что привело к необходимости квалифицированных консультаций со стороны фармацевта?

**Билет 20**

1. В связи, с чем возник высокий спрос населения на информационно-консультационные услуги аптек?
2. Грамотное фармацевтическое консультирование, как неотъемлемая часть качественного обслуживания.
3. Какие факторы повлияли на формирование самостоятельного лечения?

**Билет 21**

1. Роль влияния фармацевта на потребителя консультативно-информационных услуг.
2. Требования к фармацевту- консультанту.
3. На что обращают особое внимание специалисты при консультировании пациентов?

**Билет 22**

1. Какие функции существуют в аптечных организациях?
2. Роль аптечного работника в процессе лечения пациентов аптек.
3. На основании каких нормативных документов осуществляется консультирование и информирование пациентов?

**Билет 23**

1. Что служит информационной основой для консультирования посетителей аптек?
2. Когда впервые появилось определение —«фармацевт-консультант»?
3. Применяется ли опыт консультирования пациентов аптек в РК?

<div>ОҢТҮСТІК-ҚАЗАҚСТАН <b>MEDISINA</b> <b>AKADEMIASY</b> «Оңтүстік Қазақстан медицина академиясы» АҚ</div> <div><div>SOUTH KAZAKHSTAN <b>MEDICAL</b> <b>ACADEMY</b> АО «Южно-Казахстанская медицинская академия»</div></div>	
Кафедра организации и управления фармацевтического дела	40-2025
Контрольно-измерительные средства по дисциплине «Фармацевтический менеджмент и маркетинг»	10стр. из 10