

|                     |  |
|---------------------|--|
| №                   | Крок 2023  |
| тема                | <i>Менеджмент і підприємництво</i>   |
| текст завдання      | Власник аптеки започатковує підприємницьку діяльність із роздрібною торгівлі ЛЗ. Який документ дозволяє здійснювати торгівельну діяльність за готівкові кошти в аптеці?  |
| Правильна відповідь | Торговий патент  |
| B                   | –  |
| C                   | Сертифікат якості  |
| D                   | Свідоцтво про державну реєстрацію  |
| E                   | Ліцензія на виробництво ЛЗ   |
| №                   | Крок 2023  |
| тема                | <i>Товар в системі маркетингу. Товарна та інноваційна політика підприємства</i>  |
| текст завдання      | Фармацевтична фірма, бажаючи провести свої ринкові позиції в умовах конкурентного середовища, вирішує використовувати товарні знаки. Для чого призначений товарний знак? |
| Правильна відповідь | Диференціювання та захисту лікарських засобів власного виробництва на фірмі;   |
| B                   | Проведення маркетингових досліджень  |
| C                   | Сегментування ринку  |
| D                   | Визначення потреби в лікарських засобах  |
| E                   | Вивчення кількісних характеристик ринку  |
| №                   | Крок 2023  |
| тема                | <i>Ціни, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних та аптечних підприємств.</i>  |
| текст завдання      | Графік залежності ціна-попит представлений горизонтальною лінією. Вкажіть вид попиту у цьому разі.   |
| Правильна відповідь | Абсолютно еластичний   |
| B                   | Нееластичний   |
| C                   | Абсолютно нееластичний   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| D                   | Еластичний   |
| E                   | Унітарний  |
| №                   | Крок 2023  |
| тема                | <i>Функції управління</i>  |
| текст завдання      | Медичний працівник направляє зусилля на виконання поставлених завдань, оскільки він переконаний в отриманні солідної винагороди у разі виконання плану. Яка теорія мотивації пояснює таку поведінку? |
| Правильна відповідь | Теорія очікування В. Врума   |
| B                   | Теорія К. Альдерфера   |
| C                   | Ієрархія потреб Маслоу   |
| D                   | Двофакторна теорія Ф. Герцберга  |
| E                   | Теорія морального стимулювання   |
| №                   | Крок 2023  |
| тема                | <i>Оцінка ефективності діяльності організації та управління</i>  |
| текст завдання      | Вкажіть фінансовий показник діяльності аптеки, величина якого визначає обсяг реалізації товару, при якому сукупний дохід дорівнює сукупним витратам  |
| Правильна відповідь | Точка беззбитковості   |
| B                   | Прибуток   |
| C                   | Товарообіг   |
| D                   | Рівень торгових накладень  |
| E                   | рентабельність   |
| №                   | Крок 2023  |
| тема                | <i>Управління трудовими ресурсами і персоналом організації</i>   |
| текст завдання      | Провізор аптеки через невдоволеність умовами праці звільнився за власним бажанням і влаштувався на посаду медичного працівника фармацевтичної компанії. Якому поняттю такий рух трудових ресурсів?   |
| Правильна відповідь | Плинність кадрів   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| В                   | Підвищення на посаді  |
| С                   | Вербування кадрів   |
| Д                   | Ротація кадрів  |
| Е                   | Переведення працівника  |
| №                   | Крок 2023   |
| тема                | <i>Організація як об`єкт управління</i>   |
| текст завдання      | Аптечна мережа існує на фармацевтичному ринку більше 20 років. У складних ринкових умовах керівництво компанії активно використовує елементи антикризового менеджменту, диверсифікації та залучення інвестицій. Вкажіть складову успішної діяльності фармацевтичної організації, яку забезпечує компанія? |
| Правильна відповідь | Вживання  |
| В                   | Практична реалізація управлінських рішень   |
| С                   | Результативність  |
| Д                   | Продуктивність  |
| Е                   | Ефективність  |
| №                   | Крок 2023   |
| тема                | <i>Теоретичні основи менеджменту</i>  |
| текст завдання      | Правління хіміко-фармацевтичного заводу розробляє довготривалі та перспективні плани, встановлює стратегічні цілі підприємства. Представником якого рівня управління в ієрархії менеджменту є голова правління?   |
| Правильна відповідь | Інституційного  |
| В                   | Технічного  |
| С                   | Збутового   |
| Д                   | Товарного   |
| Е                   | Управлінського  |
| №                   | Крок 2023   |
| тема                | <i>Система маркетингових комунікацій</i>  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| текст завдання      | Фармацевтична оптова фірма для стимулювання збуту товару надає своїм клієнтам знижку на основі соціальної домовленості та за умови їх постійності як клієнтів. Як називається такий вид знижки? |
| Правильна відповідь | Бонусна   |
| B                   | За кількість товару   |
| C                   | Дилерська   |
| D                   | Сезонна   |
| E                   | -   |
| №                   | Крок 2023   |
| тема                | <i>Управління фармацевтичним маркетингом</i>  |
| текст завдання      | Під час вивчення попиту на вакцини проти грипу встановлено, що вони надходять до аптечного складу в недостатній кількості та нерівномірно. Визначте вид попиту.                                 |
| Правильна відповідь | Незадоволений   |
| B                   | Задоволений   |
| C                   | Нераціональний  |
| D                   | Негативний  |
| E                   | Прихований  |
| №                   | Крок 2023   |
| тема                | <i>Основні положення маркетингу у фармації</i>  |
| текст завдання      | Вивчення стану стратегічних господарських одиниць (лікарських засобів) фармацевтичної фірми, яке передбачає врахування їх ринкової частки та темпів зростання ринку, проводиться за допомогою:  |
| Правильна відповідь | Матриці БКГ   |
| B                   | XYZ - аналізу   |
| C                   | VEN – аналізу   |
| D                   | Загальної конкурентної матриці Портера  |
| E                   | Матриці Ансоффа   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| №                   | Крок 2023  |
| тема                | <i>Система маркетингових комунікацій</i>   |
| текст завдання      | Представництво іноземної фармацевтичної фірми організувало для працівників аптек тренінг. Який елемент маркетингових комунікацій використала фірма?  |
| Правильна відповідь | ПаблікРілейшнз   |
| B                   | Персональний продаж  |
| C                   | –  |
| D                   | Франчайзинг  |
| E                   | Прямий маркетинг   |
| №                   | Крок 2023  |
| тема                | <i>Управління трудовими ресурсами і персоналом організації</i>   |
| текст завдання      | Провізор аптеки має другу кваліфікаційну категорію. Яку обов'язкову форму підвищення кваліфікації потрібно пройти провізору для отримання першої кваліфікаційної категорії                                       |
| Правильна відповідь | Предатестаційний цикл  |
| B                   | Стажування   |
| C                   | –  |
| D                   | Спеціалізацію  |
| E                   | Інтернатуру  |
| №                   | Крок 2023  |
| тема                | <i>Менеджмент і підприємництво</i>   |
| текст завдання      | Іноземний інвестор хоче створити в Україні разом із вітчизняною фармацевтичною фірмою підприємство з іноземними інвестиціями. Яку частку в статутному капіталі повинна становити мінімальна іноземна інвестиція? |
| Правильна відповідь | Не менше 10%   |
| B                   | Не менше 5%  |
| C                   | Не менше 25%   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| D                   | Не менше 50%  |
| E                   | Не менше 75%  |
| №                   | Крок 2023   |
| тема                | <i>Теоретичні основи менеджменту</i>  |
| текст завдання      | Керівник аптечного закладу в управлінні використовує планування, матеріальне стимулювання, розподіл прибутку, ціноутворення, здійснення матеріальних санкцій, розподіл капітальних вкладень. До якої групи методів управління відносяться ці способи та засоби? |
| Правильна відповідь | Економічні  |
| B                   | Непрямого впливу  |
| C                   | Організаційні   |
| D                   | Соціально-психологічні  |
| E                   | Правові   |
| №                   | Крок 2023   |
| тема                | <i>Управління трудовими ресурсами і персоналом організації</i>  |
| текст завдання      | У аптечних працівників встановлено скорочену тривалість робочого часу. Яка тривалість робочого тижня у провізора-аналітика?   |
| Правильна відповідь | 36 год  |
| B                   | 30 год  |
| C                   | 32 год  |
| D                   | 45 год  |
| E                   | 24 год  |
| №                   | Крок 2023   |
| тема                | <i>Менеджмент і підприємництво</i>  |
| текст завдання      | Оптова фармацевтична фірма зазнала підприємницьких збитків через заборгованість аптечної мережі. Вкажіть вид підприємницьких збитків.   |
| Правильна відповідь | Фінансові   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| B                   | Спеціальні   |
| C                   | Матеріальні  |
| D                   | Виробничі  |
| E                   | Трудові  |
| №                   | Крок 2023  |
| тема                | <i>Управління фармацевтичним маркетингом</i>   |
| текст завдання      | Фармацевтична фірма виробляє лікарські препарати, знає своїх споживачів і має можливості постачання. До якого сегменту ринку характерна ця ситуація?                                 |
| Правильна відповідь | Ринкова ніша   |
| B                   | Ринок споживача  |
| C                   | Ринкове вікно  |
| D                   | Потенційний ринок  |
| E                   | Товарний ринок   |
| №                   | Крок 2023  |
| тема                | <i>Система маркетингових комунікацій</i>   |
| текст завдання      | ПаблікРілейшнз є важливим елементом комплексу маркетингових комунікацій фармацевтичних підприємств. Що із нижченаведеного відноситься до його засобів?                               |
| Правильна відповідь | Спонсорство  |
| B                   | Знижки   |
| C                   | Преміальні продажі   |
| D                   | Участь у роботі конференцій  |
| E                   | Розміщення ЛЗ у вітринах   |
| №                   | Крок 2023  |
| тема                | <i>Система маркетингових комунікацій</i>   |
| текст завдання      | Рекламну діяльність в галузі фармації контролює та регламентує держава, зокрема Закон України «Про рекламу». Які відомості не заборонено розміщувати в рекламі про лікарські засоби? |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Правильна відповідь | Інформацію щодо використання або застосування безрецептурних ЛЗ;   |
| B                   | Відомості про те, що ЛЗ є продуктом харчування, косметичним чи іншим продуктом для вживання  |
| C                   | Відомості, які можуть справити враження, що за умови вживання ЛЗ медична консультація з фахівцем не є необхідною   |
| D                   | Інформацію про те, що косметичні засоби, харчові продукти вітамінні чи інші харчові домішки мають лікувальні властивості   |
| E                   | Інформацію про те, що лікувальний ефект від приймання ЛЗ є абсолютно гарантований  |
| №                   | Крок 2023  |
| тема                | <i>Менеджмент і підприємництво</i>   |
| текст завдання      | З метою консолідації сил зі створення та виробництва нового лікарського засобу відбулося тимчасове об'єднання науково-виробничої фармацевтичної фірми та банківської установи. Яка це форма господарського об'єднання? |
| Правильна відповідь | Консорціум   |
| B                   | Концерн  |
| C                   | Асоціація  |
| D                   | Корпорація   |
| E                   | Холдинг  |
| №                   | Крок 2023  |
| тема                | <i>Збутова діяльність фармацевтичних підприємств</i>   |
| текст завдання      | Лікувальний заклад заковує лікарські препарати протипухлинної дії безпосередньо у вітчизняного виробника. Вкажіть рівень каналу збуту, який використовується у цьому разі.   |
| Правильна відповідь | Канал 0 рівня  |
| B                   | Дворівневий канал  |
| C                   | Чотирирівневий канал   |
| D                   | Однорівневий канал   |



|                     |   |
|---------------------|---|
| Е                   | Трирівневий канал   |
| №                   | Крок 2023   |
| тема                | <i>Організація як об`єкт управління</i>   |
| текст завдання      | Менеджер оптової фармацевтичної фірми відповідає за доведення завдань безпосередньо до виконавців та контролює їх виконання. Якому рівню управління відповідають такі дії?    |
| Правильна відповідь | Технічному  |
| В                   | Управлінському  |
| С                   | Вищої ланки   |
| D                   | Інституційному  |
| Е                   | Середньої ланки   |
| №                   | Крок 2023   |
| тема                | <i>Товар в системі маркетингу. Товарна та інноваційна політика підприємства</i>   |
| текст завдання      | Фармацевтичне підприємство розробляє нові лікарські форми для своїх лікарських засобів. Який це напрям розвитку маркетингової товарної політики?                              |
| Правильна відповідь | Модифікація товару  |
| В                   | Диверсифікація  |
| С                   | Скорочення виробництва  |
| D                   | Модернізація  |
| Е                   | Диференціація   |
| №                   | Крок 2023   |
| тема                | <i>Менеджмент і підприємництво</i>  |
| текст завдання      | Оптово-роздрібна фірма здійснює реалізацію лікарських засобів та виробів медичного призначення оптовим фірмам, аптекам та населенню. Визначте вид підприємницької діяльності. |
| Правильна відповідь | Комерційна  |
| В                   | Інвестиційна  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| С                   | Виробнича   |
| D                   | Фінансова   |
| E                   | Фінансово-кредитна  |
| №                   | Крок 2023   |
| тема                | <i>Функції управління</i>   |
| текст завдання      | Результати фінансово-господарської діяльності аптеки за минулий квартал показали, що відділ безрецептурного відпуску не виконав запланованих показників. Яку функцію менеджменту необхідно використати для виправлення ситуації?            |
| Правильна відповідь | Регулювання   |
| B                   | Мотивування   |
| С                   | Контролювання   |
| D                   | Управління  |
| E                   | Планування  |
| №                   | Крок 2023   |
| тема                | <i>Основні положення маркетингу у фармації</i>  |
| текст завдання      | Спеціалісти відділу маркетингу фармацевтичного підприємства провели порівняльні дослідження внутрішнього середовища і зовнішніх умов, проаналізували сильні та слабкі сторони, можливості та загрози. Який спосіб аналізу вони використали? |
| Правильна відповідь | SWOT-аналіз   |
| B                   | Матрицю БКТ   |
| С                   | PEST-аналіз   |
| D                   | ABC -аналіз   |
| E                   | VEN-аналіз  |
| №                   | Крок 2023   |
| тема                | <i>Вивчення фармацевтичного ринку</i>   |
| текст завдання      | Відділ маркетингу фармацевтичної фабрики встановив, що на ліки від застуди спостерігається сезонне коливання попиту. Вкажіть цей тип попиту.  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Правильна відповідь | Нерегулярний   |
| B                   | Негативний   |
| C                   | Відсутній  |
| D                   | Латентний  |
| E                   | Ірраціональний   |
| №                   | Крок 2023  |
| тема                | <i>Збутова діяльність фармацевтичних підприємств</i>   |
| текст завдання      | Акціонерне товариство включає два вітчизняні та іноземне фармацевтичні підприємства, розгалужену оптову та роздрібну мережі. Вкажіть тип маркетингової фармацевтичної системи. |
| Правильна відповідь | Вертикальна  |
| B                   | Лінійна  |
| C                   | Матрична   |
| D                   | Горизонтальна  |
| E                   | Штабна   |
| №                   | Крок 2023  |
| тема                | <i>Вивчення фармацевтичного ринку</i>  |
| текст завдання      | Відділ маркетингу фармацевтичного підприємства розподілив споживачів на групи відповідно до певних критеріїв та ознак. Який метод маркетингу було застосовано в цьому разі?    |
| Правильна відповідь | Сегментування ринку  |
| B                   | Диверсифікацію   |
| C                   | Позиціонування   |
| D                   | Експертну оцінку ринку   |
| E                   | Визначення частки ринку  |
| №                   | Крок 2023  |
| тема                | <i>Управління фармацевтичним маркетингом</i>   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| текст завдання      | На яку модель організації маркетингу орієнтується фармацевтична фірма, яка виробляє невеликий асортимент ліків, призначених для одного ринку, формує групи маркетологів та виділяє управлінців за функціями маркетингу?                 |
| Правильна відповідь | Функціональну   |
| B                   | Комбіновану (матричну)  |
| C                   | Регіональну   |
| D                   | Товарну   |
| E                   | Сегментну   |
| №                   | Крок 2023   |
| тема                | <i>Товар в системі маркетингу. Товарна та інноваційна політика підприємства</i>   |
| текст завдання      | На фармацевтичний ринок надійшов новий лікарський засіб, що характеризується низьким обсягом продажів, незначним прибутком, великими маркетинговими витратами на рекламу. У якій фазі життєвого циклу знаходиться цей лікарський засіб? |
| Правильна відповідь | Впровадження на ринок   |
| B                   | Ціноутворення   |
| C                   | Перенасичення ринку   |
| D                   | Зростання попиту  |
| E                   | Спад попиту   |
| №                   | Крок 2023   |
| тема                | <i>Функції управління</i>   |
| текст завдання      | У фармацевтичній фірмі визначили кращих співробітників місяця та нагородили їх дипломами і цінними подарунками. Яка функція управління використовується у цьому разі?   |
| Правильна відповідь | Мотивація   |
| B                   | Планування  |
| C                   | Регулювання   |
| D                   | Контроль  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Е                   | Організація   |
| №                   | Крок 2023   |
| тема                | <i>Функції управління</i>   |
| текст завдання      | Завідувач аптеки розробив графік роботи персоналу на наступний місяць. Вкажіть вид планування, що спрямований на формування вузьких, деталізованих, короткотермінових планів. |
| Правильна відповідь | Оперативне  |
| В                   | Індикативне   |
| С                   | Стратегічне   |
| Д                   | Фінансове   |
| Е                   | Бізнес  |
| №                   | Крок 2023   |
| тема                | <i>Функції управління</i>   |
| текст завдання      | Уповноважена особа здійснює вхідний контроль якості лікарських засобів в аптеці. Вкажіть цей вид контролю.  |
| Правильна відповідь | Попередній  |
| В                   | Організаційний  |
| С                   | Стратегічний  |
| Д                   | Поточний  |
| Е                   | Завершальний  |
| №                   | Крок 2023   |
| тема                | <i>Організація як об`єкт управління</i>   |
| текст завдання      | Вкажіть фактори прямого впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємства.   |
| Правильна відповідь | Споживачі й конкуренти  |
| В                   | Науково-технічний прогрес   |
| С                   | Стан економіки  |
| Д                   | Політичні зміни   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Е                   | Соціокультурні чинники  |
| №                   | Крок 2023   |
| тема                | <i>Функції управління</i>   |
| текст завдання      | Завідувач аптеки використовує прийоми впливу, що враховують майнові та фінансові інтереси працівників. Які методи менеджменту використовує завідувач?   |
| Правильна відповідь | Економічні  |
| В                   | Соціально-психологічні  |
| С                   | Суспільно-політичні   |
| Д                   | Адміністративні   |
| Е                   | Технологічні  |
| №                   | Крок 2023   |
| тема                | <i>Управління трудовими ресурсами і персоналом організації</i>  |
| текст завдання      | У відділі маркетингу виник конфлікт між двома менеджерами стосовно розподілу їх функціональних обов'язків. Начальник відділу маркетингу знайшов компромісне рішення, яке влаштувало обох працівників. Яким цей конфлікт є за результатом? |
| Правильна відповідь | Функціональним  |
| В                   | Безрезультатним   |
| С                   | Дисфункціональним   |
| Д                   | Оптимальним   |
| Е                   | Інтегральним  |
| №                   | Крок 2023   |
| тема                | <i>Збутова діяльність фармацевтичних підприємств</i>  |
| текст завдання      | Менеджери оптової фармацевтичної фірми приймають рішення щодо вибору постачальників та закупівель лікарських засобів із мінімальними затратами. Який вид логістики застосовується у цьому разі?   |
| Правильна відповідь | Закупівельна  |
| В                   | Кадрова   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| C                   | Інформаційна   |
| D                   | Виробнича  |
| E                   | Збутова  |
| №                   | Крок 2023  |
| тема                | <i>Менеджмент і підприємництво</i>   |
| текст завдання      | Вкажіть вид відповідальності фармацевтичних організацій, що передбачає певний рівень добровільного відгуку на соціальні проблеми суспільства з боку організації.                             |
| Правильна відповідь | Соціальна  |
| B                   | Юридична   |
| C                   | Адміністративна  |
| D                   | Кримінальна  |
| E                   | Дисциплінарна  |
| №                   | Крок 2023  |
| тема                | <i>Функції управління</i>  |
| текст завдання      | У фармацевтичній компанії робочі групи підпорядковані як керівнику проекту, так і керівнику функціонального підрозділу. Визначте тип організаційної структури управління.                    |
| Правильна відповідь | Адаптивна (матрична)   |
| B                   | Продуктова   |
| C                   | Функціональна  |
| D                   | Лінійна  |
| E                   | Лінійно-функціональна  |
| №                   | Крок 2023  |
| тема                | <i>Збутова діяльність фармацевтичних підприємств.</i>  |
| текст завдання      | Виробник лікарських засобів під час формування системи розподілу продукції орієнтується на максимальне залучення мережі оптових та роздрібних посередників. Який вид збуту вибирає виробник? |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Правильна відповідь | Інтенсивний   |
| B                   | Ексклюзивний  |
| C                   | Прямий  |
| D                   | Селективний   |
| E                   | Змішаний  |
| №                   | Крок 2023   |
| тема                | <i>Оновні положення маркетингу у фармації</i>   |
| текст завдання      | Як називається сукупність вимог на товар з боку споживачів, яка підкріплена купівельною спроможністю?   |
| Правильна відповідь | Попит   |
| B                   | Збут  |
| C                   | Маркетинг   |
| D                   | Пропозиція  |
| E                   | Реклама   |
| №                   | крок 2017   |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією  |
| Текст завдання      | Керівник аптеки є харизматичною особистістю, його енергійність, зовнішність, освіченість та манера поведінки приваблюють підлеглих. Визначте форму влади, яка при цьому використовується: |
| Правильна відповідь | Влада прикладу (еталонна)   |
| B                   | Традиційна влада  |
| C                   | Влада винагороди  |
| D                   | Влада примушування або страху   |
| E                   |   |
| №                   | крок 2016   |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією  |



|                     |  |
|---------------------|--|
| Текст завдання      | На зборах завідувачів аптек, що відбулися в ЦРА №8 обговорювались нові правила відпуску деяких лікарських препаратів. Комунікації між відділами і підрозділами організації - це:   |
| Правильна відповідь | Внутрішні горизонтальні організаційні комунікації  |
| B                   | Зовнішні організаційні комунікації   |
| C                   | Неформальні організаційні комунікації  |
| D                   | Внутрішні вертикальні організаційні комунікації  |
| E                   | Міжрівневі комунікації   |
| №                   | крок 2016  |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією   |
| Текст завдання      | Керівник аптечного підприємства хоче поліпшити роботу. Процес спонукання себе та інших до діяльності для досягнення особистих цілей або цілей організації називається:   |
| Правильна відповідь | Мотивація  |
| B                   | Організація  |
| C                   | Планування   |
| D                   | Прогнозування  |
| E                   | Контроль   |
| №                   | крок 2016, 2010  |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією   |
| Текст завдання      | Під час відпуску безрецептурного препарату стало зрозуміло, що хворий не сприймає словесну інформацію провізора аптеки. Як називаються комунікаційні перепони, при яких слова або символи можуть мати різне значення для відправника та отримувача інформації? |
| Правильна відповідь | Семантичні бар'єри   |
| B                   | Зневажання фактами   |
| C                   | Невербальні перепони   |
| D                   | Нерозуміння важливості повідомлення  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Е                   | Стереотипи мислення   |
| №                   | крок 2016, 2011, 2010   |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією  |
| Текст завдання      | Який стиль керівництва характеризується особливою поступливістю керівника, який надає підлеглому ініціативу у формуванні цілі та готовий прийняти її без заперечень?  |
| Правильна відповідь | Ліберальний стиль   |
| В                   | Демократичний стиль   |
| С                   | Бюрократичний стиль   |
| Д                   | Колегіальний стиль  |
| Е                   | Комбінований стиль  |
| №                   | крок 2017   |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією  |
| Текст завдання      | Правління ВАТ "Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод" розробляє довготривалі та перспективні плани, встановлює стратегічні цілі підприємства. Представником якого рівня управління в ієрархії менеджменту є голова правління? |
| Правильна відповідь | Інституційний рівень  |
| В                   | Управлінський рівень  |
| С                   | Технічний рівень  |
| Д                   | Товарний рівень   |
| Е                   | Збутовий рівень   |
| №                   | крок 2016, 2015, 2012   |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією  |
| Текст завдання      | Листок-вкладка до препарату повинен містити коротку характеристику ЛЗ і обов'язкову дату останнього перегляду інформації. Така інформація, згідно з вимогами законодавства ВООЗ, відноситься до такого рівня:                     |
| Правильна відповідь | Споживацький  |
| В                   | Фармакокінетичний   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| С                   | Фармакологічний  |
| D                   | Фармакоєкономічний   |
| E                   | Фармакодинамічний  |
| №                   | крок 2016  |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією   |
| Текст завдання      | Сукупність організаційних, розпорядчих, дисциплінарних способів впливу керівника на виконавців відноситься до таких методів менеджменту:                 |
| Правильна відповідь | Адміністративні  |
| B                   | Технологічні   |
| С                   | Соціально-психологічні   |
| D                   | Економічні   |
| E                   | Галузеві   |
| №                   | крок 2016  |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією   |
| Текст завдання      | #####  |
| Правильна відповідь | Директивний  |
| B                   | Дистанційний   |
| С                   | Ліберальний  |
| D                   | Делегуючий   |
| E                   | Анархічний   |
| №                   | крок 2016  |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією   |
| Текст завдання      | Користувачів облікової інформації у бухгалтерському обліку підрозділяють на зовнішніх та внутрішніх. Серед перелічених користувачів зазначте внутрішніх: |
| Правильна відповідь | Управлінський персонал   |
| B                   | Існуючі та потенційні інвестори  |
| С                   | Партнери по ринку  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| D                   | Громадські організації   |
| E                   | Органи державного управління та контролю   |
| №                   | крок 2016  |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією   |
| Текст завдання      | Фармацевтична організація здійснює свою діяльність в умовах складного зовнішнього середовища. Який з факторів безпосередньо впливає на роботу організації?                           |
| Правильна відповідь | Закони і державні органи   |
| B                   | Політичні фактори  |
| C                   | Стан економіки   |
| D                   | Міжнародні події   |
| E                   | Соціокультурні фактори   |
| №                   | крок 2016  |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією   |
| Текст завдання      | На фармацевтичній фірмі застосовують підхід до управління, який розглядає організацію як відкриту систему, що складається з декількох взаємозв'язаних підсистем. Вкажіть цей підхід: |
| Правильна відповідь | Системний  |
| B                   | Ситуаційний  |
| C                   | Процесний  |
| D                   | Структурний  |
| E                   | Технологічний  |
| №                   | крок 2015  |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією   |
| Текст завдання      | Вкажіть, який з перерахованих нижче каналів комунікації належить до неособистих і використовується медичним представником при зборі інформації про лікарський засіб?                 |
| Правильна відповідь | Кореспонденція   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| B                   | Конференції, семінари   |
| C                   | Спеціалізовані медичні виставки   |
| D                   | Освітні проекти   |
| E                   | Персональний продаж   |
| №                   | крок 2015   |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією  |
| Текст завдання      | Процес вироблення управлінського рішення здійснюється поетапно. Що з даних тверджень належить до одного з етапів процесу вироблення управлінського рішення?                                       |
| Правильна відповідь | Виявлення та оцінка альтернатив розв'язання проблеми  |
| B                   | Управління неформальною групою  |
| C                   | Контролювання та регулювання  |
| D                   | Застосування теорії очікувань   |
| E                   | Делегування повноважень   |
| №                   | крок 2015, 2014   |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією  |
| Текст завдання      | Одним з важливих кроків у розвитку управлінської думки був розподіл усього процесу управління на основні функції: планування, організація, мотивація і контроль. Хто був засновником цієї теорії? |
| Правильна відповідь | A. Файоль   |
| B                   | Д. Вартон   |
| C                   | Ф. Тейлор   |
| D                   | Е. Мейо   |
| E                   | М. Фолет  |
| №                   | крок 2015   |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Текст завдання      | На фармацевтичному підприємстві склалася ситуація, коли працівники виконують значний обсяг роботи за низьку заробітну плату через погрози керівництва щодо звільнення. Вкажіть форму влади, яку застосовує керівництво:  |
| Правильна відповідь | Влада, заснована на примушуванні або страху  |
| B                   | Еталонна влада   |
| C                   | Інформаційна влада   |
| D                   | Експертна влада  |
| E                   | Влада винагороди   |
| №                   | крок 2014  |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією   |
| Текст завдання      | Завідувач-провізор у процесі ухвалення управлінського рішення з удосконалення господарсько-фінансового положення центральної районної аптеки зібрав релевантну інформацію й установив симптоми утруднень - високі витрати і низька рентабельність. Дана дія характеризує такий етап розробки раціонального управлінського рішення: |
| Правильна відповідь | Діагностика проблеми   |
| B                   | Визначення альтернатив   |
| C                   | Оцінка альтернатив   |
| D                   | Вибір альтернатив  |
| E                   | Формулювання обмежень прийняття рішень   |
| №                   | крок 2014  |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією   |
| Текст завдання      | Процес вироблення управлінського рішення здійснюється поетапно. Що з даних тверджень відноситься до одного з етапів процесу вироблення управлінського рішення?   |
| Правильна відповідь | Виявлення та оцінка альтернатив розв'язання проблеми   |
| B                   | Управління неформальною групою   |
| C                   | Контролювання та регулювання   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| D                   | Застосування теорії очікувань  |
| E                   | Делегування повноважень  |
| №                   | крок 2014  |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією   |
| Текст завдання      | Об'єктивність процесів управління вимагає поділу управлінської праці на фармацевтичному підприємстві. Що утворюється в результаті вертикального поділу праці?  |
| Правильна відповідь | Технічний, управлінський та інституційний рівні управління   |
| B                   | Виробничі підрозділи   |
| C                   | Управлінські служби  |
| D                   | Неформальні групи  |
| E                   | Схематичне зображення організації  |
| №                   | крок 2014  |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією   |
| Текст завдання      | Завідувач-провізор у процесі ухвалення управлінського рішення з удосконалення фінансового положення центральної районної аптеки зібрав релевантну інформацію й установив симптоми утруднень - високі витрати і низька рентабельність. Дана дія характеризує етап розробки раціонального управлінського рішення як: |
| Правильна відповідь | Діагностика проблеми   |
| B                   | Визначення альтернатив   |
| C                   | Оцінка альтернатив   |
| D                   | Вибір альтернатив  |
| E                   | Формулювання обмежень та критеріїв прийняття рішень  |
| №                   | крок 2013, 2009  |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією   |
| Текст завдання      | На цей час у теорії менеджменту виділяють чотири найважливіші підходи до управління. Вкажіть підхід, який НЕ ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ у теорії менеджменту:  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Правильна відповідь | Структурний  |
| B                   | Процесний  |
| C                   | Системний  |
| D                   | Ситуаційний  |
| E                   | Підхід з позицій виділення різних шкіл   |
| №                   | крок 2013  |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією   |
| Текст завдання      | В аптеці існують керівники вищої, середньої та низової ланки. В даному випадку рівні управління утворюються за рахунок:  |
| Правильна відповідь | Вертикального розподілу праці  |
| B                   | Горизонтального розподілу праці  |
| C                   | Вертикально-горизонтального розподілу праці  |
| D                   | Діагонального розподілу праці  |
| E                   | Шахового розподілу праці   |
| №                   | крок 2012  |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією   |
| Текст завдання      | Фармацевтична фірма орієнтується у своїй діяльності на реалізацію різноманітного асортименту продукції, різні групи споживачів і регіони. Який тип організаційної структури характерний для даної фірми? |
| Правильна відповідь | Дивізіональний   |
| B                   | Бюрократичний  |
| C                   | Функціональний   |
| D                   | Централізований  |
| E                   | Децентралізований  |
| №                   | крок 2012  |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією   |



|                     |  |
|---------------------|--|
| Текст завдання      | Аптека готових лікарських форм успішно функціонує на фармацевтичному ринку. Вкажіть господарську операцію, яка ідентифікується як дохід аптеки:  |
| Правильна відповідь | Виручка структурного підрозділу аптеки   |
| B                   | Списання собівартості реалізованого товару   |
| C                   | Надходження авансу від покупця   |
| D                   | Нарахування податків   |
| E                   | Нарахування заробітної плати   |
| №                   | крок 2012  |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією   |
| Текст завдання      | Облік кадрів на фармацевтичних підприємствах засновується на веденні трудових книжок, особистих справ співробітників, облікових карточок Т-2. Оберіть показник, який НЕМОЖЛИВО визначити за результатами обліку: |
| Правильна відповідь | Кон'юнктура ринку праці  |
| B                   | Середньосписковий склад  |
| C                   | Середньоспискова чисельність   |
| D                   | Категорії персоналу  |
| E                   | Дані про рух кадрів  |
| №                   | крок 2010, 2008  |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією   |
| Текст завдання      | В акціонерному товаристві з виробництва і реалізації лікарських препаратів створена структура для роботи з різними організаціями-споживачами. Дана організаційна структура є:                                    |
| Правильна відповідь | Дивізіональна  |
| B                   | Лінійно-функціональна  |
| C                   | Департаменталізація  |
| D                   | Матрична   |
| E                   | Бюрократична   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| №                   | крок 2010, 2008   |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією  |
| Текст завдання      | На фармацевтичному підприємстві комплексно використовують технічні і технологічні засоби використання інформації з метою підвищення ефективності управління виробничою, адміністративною діяльністю організації, підвищенню продуктивності праці, удосконалення методів планування і регулювання процесами управління. Усе це здійснюється з застосуванням: |
| Правильна відповідь | Автоматизованої системи управління  |
| B                   | Автоматизованого робочого місця   |
| C                   | Автоматизованої навчально-контролюючої системи  |
| D                   | Інформаційно-управлінської системи  |
| E                   | Автоматизованої інформаційно-пошукової системи  |
| №                   | крок 2009   |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією  |
| Текст завдання      | На цей час у теорії менеджменту виділяють чотири найважливіші підходи до управління. Вкажіть підхід, який НЕ ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ у теорії менеджменту:   |
| Правильна відповідь | Структурний   |
| B                   | Процесний   |
| C                   | Системний   |
| D                   | Ситуаційний   |
| E                   | Підхід з позицій виділення різних шкіл  |
| №                   | крок 2009, 2007   |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією  |
| Текст завдання      | В управлінні фармацевтичною фірмою використовуються американський та японський підходи. Виберіть характерну ознаку американської моделі управління:   |
| Правильна відповідь | Швидка оцінка і просування на посаді  |
| B                   | Групові форми контролю  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| С                   | Колективна відповідальність  |
| D                   | Повільне просування на посаді  |
| E                   | Підвищена увага до "людського фактора"   |
| №                   | крок 2008  |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією   |
| Текст завдання      | Службою маркетингу здійснено перевірку результатів роботи фармацевтичної фірми на підставі вивчення даних реалізації середньострокових планів, розвитку ринкових сегментів, контролю бюджету та фінансового аналізу. Даний рівень маркетингового контролю є: |
| Правильна відповідь | Контроль тактичного планування   |
| B                   | Контроль глобальних цілей та стратегій фірм  |
| С                   | Контроль планових гіпотез та прогнозів   |
| D                   | Контроль стратегічного планування  |
| E                   | Контроль оперативного планування   |
| №                   | крок 2008,2007   |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією   |
| Текст завдання      | У процесі управління організацією слід враховувати вплив зовнішнього середовища. Який фактор зовнішнього середовища є фактором непрямого впливу на організацію?  |
| Правильна відповідь | Стан економіки   |
| B                   | Споживачі  |
| С                   | Конкуренти   |
| D                   | Законодавство та державні органи   |
| E                   | Постачальники  |
| №                   | крок 2008  |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією   |
| Текст завдання      | В організації певним чином розподіляється праця. Як називається розподіл праці, що передбачає створення рівнів управління та ієрархії підлеглих?   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Правильна відповідь | Вертикальний розподіл праці   |
| B                   | Горизонтальний розподіл праці   |
| C                   | Вертикально-горизонтальний розподіл праці   |
| D                   | Діагональний розподіл праці   |
| E                   |   |
| №                   | крок 2008   |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією  |
| Текст завдання      | До якого фактору зовнішнього впливу на організацію належить культура харчування споживачів, традиції національної кухні, відношення до самолікування у суспільстві, традиції народної медицини? |
| Правильна відповідь | Соціокультурні  |
| B                   | Споживачі   |
| C                   | Технології  |
| D                   | Економічні фактори  |
| E                   | Політичні фактори   |
| №                   | крок 2008   |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією  |
| Текст завдання      | Ефективність діяльності фармацевтичної фірми поступово поліпшилась завдяки позитивним змінам в зовнішньому середовищі. Вкажіть фактор, що вплинув на організацію:                               |
| Правильна відповідь | Стан економіки  |
| B                   | Кадри   |
| C                   | Технологія  |
| D                   | Мета  |
| E                   | Структура   |
| №                   | крок 2013, 2007   |
| Тема                | I РОЗДІЛ Менеджмент як наука та практика управління організацією  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Текст завдання      | Новостворена ринкова структура, при якій орган управління – збори власників, пайовий внесок може бути як фінансовий, так і матеріальний, а відповідальність здійснюється в межах вкладеного внеску, має назву:                                   |
| Правильна відповідь | Товариство з обмеженою відповідальністю  |
| В                   | Командитне товариство  |
| С                   | Товариство з необмеженою відповідальністю  |
| Д                   | Акціонерне товариство закритого типу   |
| Е                   | Акціонерне товариство відкритого типу  |
| №                   | крок 2017  |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом   |
| Текст завдання      | Молодий фахівець після закінчення ВНЗ влаштувався на роботу в аптеку. Через чотири місяці роботи він забажав піти у відпустку. Якої тривалості відпустку йому можна надати?  |
| Правильна відповідь | Пропорційно до відпрацьованого часу  |
| В                   | 1 тиждень  |
| С                   | 10 днів  |
| Д                   | 14 днів  |
| Е                   | 24 дні   |
| №                   | крок 2017, 2012  |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом   |
| Текст завдання      | З метою консолідації сил зі створення та виробництва нового лікарського засобу відбулося тимчасове об'єднання науково-виробничої фармацевтичної фірми "Астерія" та банківської установи "Енерго". Визначте вид такого господарського об'єднання: |
| Правильна відповідь | Консорціум   |
| В                   | Асоціація  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| С                   | Холдинг   |
| D                   | Корпорація  |
| Е                   | Концерн   |
| №                   | крок 2017   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | Процес стратегічного планування фармацевтичних підприємств складається з послідовних етапів. Який етап процесу стратегічного планування є першочерговим?                                    |
| Правильна відповідь | Визначення місії і візії  |
| В                   | Встановлення цілей  |
| С                   | Оцінка й аналіз зовнішнього середовища  |
| D                   | Аналіз внутрішніх сильних і слабких сторін організації  |
| Е                   | Вибір стратегії   |
| №                   | крок 2017   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | Іноземний інвестор хоче створити в Україні разом з вітчизняною фармацевтичною фірмою підприємство з іноземними інвестиціями. Мінімальна іноземна інвестиція повинна становити не менше ніж: |
| Правильна відповідь | 10%   |
| В                   | 5%  |
| С                   | 25%   |
| D                   | 50%   |
| Е                   | 75%   |
| №                   | крок 2017   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Текст завдання      | Провізор аптеки має II кваліфікаційну категорію. Яке навчання необхідно пройти провізору для отримання I кваліфікаційної категорії?  |
| Правильна відповідь | Передатестаційний цикл   |
| B                   | Інтернатура  |
| C                   | Стажування   |
| D                   | Спеціалізація  |
| E                   | -  |
| №                   | крок 2017  |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом   |
| Текст завдання      | Сукупність організаційних, розпорядчих, дисциплінарних способів впливу керівника на виконавців відноситься до таких методів менеджменту:   |
| Правильна відповідь | Адміністративні  |
| B                   | Технологічні   |
| C                   | Соціально-психологічні   |
| D                   | Економічні   |
| E                   | Галузеві   |
| №                   | крок 2016  |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом   |
| Текст завдання      | При укладанні трудової угоди встановлено випробування з метою перевірки відповідності працівника дорученій йому роботі. Випробування НЕ ВСТАНОВЛЮЄТЬСЯ при прийманні на роботу осіб, котрі НЕ ДОСЯГЛИ: |
| Правильна відповідь | 18 років   |
| B                   | 20 років   |
| C                   | 22 років   |
| D                   | 19 років   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Е                   | 21 року  |
| №                   | крок 2016, 2012  |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом   |
| Текст завдання      | Під час затвердження внутрішнього трудового розпорядку на початковому етапі створення аптечного підприємства стоїть питання про тривалість перерви, що надається робітникам протягом робочого дня. Якою має бути тривалість перерви згідно КЗпП України? |
| Правильна відповідь | Не більше 2 годин  |
| В                   | Не більше 1 години   |
| С                   | Не менше 3 годин   |
| D                   | 2,5 години   |
| Е                   | -  |
| №                   | крок 2016, 2015, 2014  |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом   |
| Текст завдання      | Регулювання виробничих відносин, трудових і соціально-економічних відносин на аптечному підприємстві між керівником і трудовим колективом здійснюється на підставі:  |
| Правильна відповідь | Колективної угоди  |
| В                   | Трудової угоди   |
| С                   | Корпоративного кодексу   |
| D                   | Контракту  |
| Е                   | Статуту  |
| №                   | крок 2016, 2015  |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом   |



|                     |  |
|---------------------|--|
| Текст завдання      | На лікарські засоби, які виробляються в аптеці серійно та підлягають реалізації, повинен бути розроблений внутрішній документ суб'єкта господарювання, а саме: |
| Правильна відповідь | Технологічна інструкція  |
| B                   | Сертифікат якості  |
| C                   | Аналіз лікарської форми  |
| D                   | Реєстр на лікарський засіб   |
| E                   | Нормативна документація  |
| №                   | крок 2015  |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом   |
| Текст завдання      | Вкажіть основні професійні вимоги до менеджера:  |
| Правильна відповідь | Комунікативність   |
| B                   | Дезорієнтаційність   |
| C                   | Консервативність   |
| D                   | Ліберальність  |
| E                   | Стандартність мислення   |
| №                   | крок 2015  |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом   |
| Текст завдання      | Залежно від форми власності розрізняють організації, які діють на основі приватної власності громадян чи суб'єкта господарювання. Вкажіть вид організації:     |
| Правильна відповідь | Приватна   |
| B                   | Державна   |
| C                   | Комунальна   |
| D                   | Колективна   |
| E                   | Змішаної форми власності   |
| №                   | крок 2015  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | Документ, що містить низку узгоджених заходів і дій, спрямованих на отримання максимального прибутку внаслідок реалізації підприємницького проекту, що подається до банку для отримання кредиту, називають: |
| Правильна відповідь | Бізнес-план   |
| В                   | Бухгалтерський баланс   |
| С                   | Блок-схема  |
| D                   | Маркетинговий план  |
| Е                   | Моделювання   |
| №                   | крок 2015   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | Для працівників віком від 16 до 18 років встановлюють скорочену тривалість робочого тижня, яка складає:   |
| Правильна відповідь | 36 годин  |
| В                   | 24 години   |
| С                   | 18 годин  |
| D                   | 12 годин  |
| Е                   | 40 годин  |
| №                   | крок 2015, 2013   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | Три засновники створюють господарське товариство з гуртової реалізації лікарських засобів та виробів медичного призначення. Яким буде це товариство?  |
| Правильна відповідь | Корпоративне  |
| В                   | Унітарне  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| С                   | Державне  |
| D                   | Комунальне  |
| Е                   | Індивідуальне   |
| №                   | крок 2015, 2014   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | Провізор-інтерн після закінчення вузу влаштувався на роботу в аптеку. Впродовж якого часу йому повинні оформити трудову книжку? |
| Правильна відповідь | П'ять днів  |
| B                   | Тиждень   |
| С                   | Один день   |
| D                   | Один місяць   |
| Е                   | Шість місяців   |
| №                   | крок 2015, 2014   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | Підприємницька діяльність без державної реєстрації є незаконною. Ким здійснюється реєстрація підприємництва?                    |
| Правильна відповідь | Виконавчий комітет міської (районної) ради народних депутатів   |
| B                   | Державна податкова інспекція  |
| С                   | Державна служба лікарських засобів і виробів медичного призначення  |
| D                   | Органи статистики   |
| Е                   | Банк  |
| №                   | крок 2015   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Текст завдання      | Вкажіть назву розділу бізнес-плану, в якому викладено програму заходів, які сприятимуть збуту лікарських засобів:  |
| Правильна відповідь | План маркетингу  |
| B                   | Виробничий план  |
| C                   | Резюме   |
| D                   | Фінансовий план  |
| E                   | Вступ  |
| №                   | крок 2015  |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом   |
| Текст завдання      | Відповідно до чинного законодавства, на підставі медичного висновку вагітним жінкам надається допологова відпустка, яка починається за таку кількість календарних днів до пологів: |
| Правильна відповідь | 70   |
| B                   | 50   |
| C                   | 40   |
| D                   | 30   |
| E                   | 80   |
| №                   | крок 2015  |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом   |
| Текст завдання      | Як називається форма власності, при якій аптека заснована на власності відповідної територіальної громади?   |
| Правильна відповідь | Комунальна   |
| B                   | Приватна   |
| C                   | Державна   |
| D                   | Колективна   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Е                   | Колективно-приватна  |
| №                   | крок 2015  |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом   |
| Текст завдання      | Рахунок, який відкривається в установах банків для зарахування коштів з метою формування статутного капіталу і забезпечення спільної діяльності за участі іноземних інвесторів, називається:   |
| Правильна відповідь | Тимчасовий   |
| В                   | Поточний   |
| С                   | Акредитив  |
| Д                   | Картковий  |
| Е                   | Валютний   |
| №                   | крок 2015  |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом   |
| Текст завдання      | Для провадження діяльності з оптової торгівлі лікарськими засобами отримано дозвільний документ державного зразка, який засвідчує право суб'єкта господарювання на здійснення зазначеного в ньому виду діяльності. Цей документ має назву: |
| Правильна відповідь | Ліцензія   |
| В                   | Статут   |
| С                   | Торговий патент  |
| Д                   | Установчий договір   |
| Е                   | -  |
| №                   | крок 2014  |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Текст завдання      | Провізору було видано заробітну платню в підвищеному розмірі з урахуванням роботи в нічний час. За роботу в який саме час була здійснена доплата?                                    |
| Правильна відповідь | З 22.00 до 6.00  |
| В                   | З 23.00 до 7.00  |
| С                   | З 24.00 до 8.00  |
| D                   | З 20.00 до 9.00  |
| Е                   | З 21.00 до 9.00  |
| №                   | крок 2014  |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом   |
| Текст завдання      | При організації акціонерного товариства між засновниками виникла дискусія стосовно матеріальної відповідальності. Яка матеріальна відповідальність у членів акціонерного товариства? |
| Правильна відповідь | В межах належних їм акцій  |
| В                   | У межах подвійної суми вкладів   |
| С                   | Внесками до статутного фонду і належним їм майном  |
| D                   | У межах вкладів  |
| Е                   | Необмежена і солідарна   |
| №                   | крок 2014, 2013  |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом   |
| Текст завдання      | Всі працівники мають право на щорічну професійну відпустку. Яка тривалість додаткової відпустки встановлена для аптечних працівників з ненормованим робочим днем?                    |
| Правильна відповідь | Сім календарних днів   |
| В                   | Не надається   |
| С                   | Десять календарних днів  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| D                   | Двадцять календарних днів   |
| E                   | Тридцять календарних днів   |
| №                   | крок 2014   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | Провізор-інтерн після закінчення вузу влаштувався на роботу в аптеку. Впродовж якого часу йому повинні оформити трудову книжку?                   |
| Правильна відповідь | П'ять днів  |
| B                   | Тиждень   |
| C                   | Один день   |
| D                   | Один місяць   |
| E                   | Шість місяців   |
| №                   | крок 2014   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | Аптека відпускає товар лікувально-профілактичним закладам. Заклади та організації, а також окремі особи, що заборгували перед підприємством - це: |
| Правильна відповідь | Дебітори  |
| B                   | Інвестори   |
| C                   | Кредитори   |
| D                   | Постачальники   |
| E                   | Замовники   |
| №                   | крок 2014   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | Спеціалісти фармації повинні періодично проходити курси підвищення кваліфікації. Як часто це має відбуватися?                                     |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Правильна відповідь | Один раз у п'ять років  |
| B                   | Один раз у три роки   |
| C                   | Один раз у чотири роки  |
| D                   | Один раз у два роки   |
| E                   | Один раз у сім років  |
| №                   | крок 2013, 2012   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | Колективний договір укладається профспілковим комітетом від імені трудового колективу підприємства з власником. Форма укладання колективного договору - письмова. Яка стаття КЗПП регламентує термін дії колективного договору? |
| Правильна відповідь | 17  |
| B                   | 36  |
| C                   | 38  |
| D                   | 40  |
| E                   | 41  |
| №                   | крок 2013, 2012   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | Відпустки для працівників аптек поділяють на щорічні, додаткові, творчі, соціальні та відпустки без збереження заробітної плати. Вкажіть загальну тривалість основної та додаткової відпусток:                                  |
| Правильна відповідь | 59 календарних днів   |
| B                   | 60 календарних днів   |
| C                   | 90 календарних днів   |
| D                   | 70 календарних днів   |
| E                   | 65 календарних днів   |



|                     |   |
|---------------------|---|
| №                   | крок 2012   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | Для фізичних осіб, суб'єктів малого підприємництва із спрощеною системою оподаткування, що відносяться до 2 групи, введено обмеження обсягу виручки від реалізації за рік. Вкажіть граничне значення такої виручки:                     |
| Правильна відповідь | 1 млн. грн  |
| B                   | 750 тис. грн  |
| C                   | 100 тис. грн  |
| D                   | 3 млн. грн  |
| E                   | 5 млн. грн  |
| №                   | крок 2011   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | Оптово-посередницька фірма, яка співпрацює з закордонними партнерами, з метою досягнення комерційного успіху, проводить ряд заходів, що сприяють формуванню власного позитивного іміджу. Який вид професійної етики використовує фірма? |
| Правильна відповідь | Етика бізнесу   |
| B                   | Фармацевтична етика   |
| C                   | Фармацевтична деонтологія   |
| D                   | Етика керівника   |
| E                   | Етика підлеглого  |
| №                   | крок 2011   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Текст завдання      | Провізор аптечного підприємства звільнився за власним бажанням і приступив до роботи менеджером оптової фармацевтичної фірми. До якого виду відноситься такий рух кадрів? |
| Правильна відповідь | Плинність кадрів  |
| B                   | Ротація кадрів  |
| C                   | Підвищення на посаді  |
| D                   | Вербування кадрів   |
| E                   | Підвищення кваліфікації   |
| №                   | крок 2011   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | Чи встановлюється випробувальний термін при прийнятті на роботу осіб, що не досягли 18 років?   |
| Правильна відповідь | Не встановлюється   |
| B                   | Встановлюється тільки зі згоди роботодавця  |
| C                   | Встановлюється терміном 1 місяць  |
| D                   | Встановлюється терміном 1 рік   |
| E                   | Встановлюється терміном 6 місяців   |
| №                   | крок 2011   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | Під час реєстрації суб'єкта господарювання до органів реєстрації необхідно надати установчі документи. До установчих документів суб'єкта господарювання відносяться:      |
| Правильна відповідь | Рішення про утворення, установчий договір, статут   |
| B                   | Трудовий договір  |
| C                   | Колективний договір   |
| D                   | Договір купівлі-продажу   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Е                   | Договір міні  |
| №                   | крок 2011   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | Провізор за власним бажанням хоче розірвати безстрокову угоду за причиною переводу чоловіка в іншу місцевість. У якому вигляді і у який термін він має попередити завідувача аптеки?  |
| Правильна відповідь | У письмовому вигляді за два тижні   |
| В                   | У письмовому вигляді за один тиждень  |
| С                   | У письмовому вигляді за один місяць   |
| Д                   | У письмовому вигляді за п'ять днів  |
| Е                   | У письмовому вигляді за два дні   |
| №                   | крок 2010   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | Загроза виникає при будь-яких формах діяльності, пов'язаних з виробництвом продукції, товарів, послуг, їх реалізацією, товарно-грошовими та фінансовими операціями, комерцією, здійсненням соціально-економічних і науково-технічних проектів. Як визначити таке поняття? |
| Правильна відповідь | Підприємницький ризик   |
| В                   | Матеріальний збиток   |
| С                   | Трудовий збиток   |
| Д                   | Втрата часу   |
| Е                   | Фінансові збитки  |
| №                   | крок 2010   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Текст завдання      | Провізор влаштовується на роботу в оптове фармацевтичне підприємство на посаду завідувача аптечного складу. Який випробувальний термін не вимагає узгодження з комітетом профспілки при прийомі його на роботу?   |
| Правильна відповідь | До трьох місяців  |
| В                   | До одного місяця  |
| С                   | До двох місяців   |
| Д                   | До чотирьох місяців   |
| Е                   | До шести місяців  |
| №                   | крок 2009   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | Між провізором і завідувачем аптекою виникла трудова суперечка щодо перенесення строку відпустки. Провізор звернувся в комісію з трудових суперечок. Впродовж якого часу комісія має розглянути питання від дня подання заяви?  |
| Правильна відповідь | 10 днів   |
| В                   | 5 днів  |
| С                   | 3 дні   |
| Д                   | 1 тиждень   |
| Е                   | 1 місяць  |
| №                   | крок 2009   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | Добре відоме велике підприємство на ліцензійній основі надає право використовувати свій товарний знак і відповідну технологію невеликому самостійному підприємству, яке використовує авторитет і довіру споживачів відомої марки. Як називається зазначена концепція? |
| Правильна відповідь | Франчайзинг   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| В                   | Мерчандайзинг  |
| С                   | Використання марки дилера  |
| D                   | Використання товарного знаку   |
| Е                   | Використання марки виробника   |
| №                   | крок 2009  |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом   |
| Текст завдання      | Засновники бажають відкрити аптеку з роздрібною реалізацією лікарських засобів. Який спосіб здійснення підприємницької діяльності передбачено у цьому випадку?                 |
| Правильна відповідь | Дозвільний   |
| В                   | Нормативний  |
| С                   | Вільний  |
| D                   | Обмежений  |
| Е                   | Явочно-нормативний   |
| №                   | крок 2009 2008   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом   |
| Текст завдання      | При влаштуванні на роботу на конкретну посаду молодого фахівця ознайомлюють з його правами та обов'язками. Яким документом регулюються права і обов'язки аптечних працівників? |
| Правильна відповідь | Посадова інструкція  |
| В                   | Внутрішній трудовий розпорядок   |
| С                   | Кодекс законів про працю   |
| D                   | Всі відповіді вірні  |
| Е                   | Вірної відповіді немає   |
| №                   | крок 2008  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | #####   |
| Правильна відповідь | Фінансовий план   |
| B                   | План маркетингу   |
| C                   | План виробництва продукції (виконання робіт, послуг)  |
| D                   | Резюме бізнесплану  |
| E                   |   |
| №                   | крок 2008   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | Одним із видів соціального страхування є допомога з тимчасової непрацездатності працівникам у зв'язку з доглядом за хворою дитиною. Який граничний вік дитини для отримання вказаної соціальної допомоги? |
| Правильна відповідь | 14 років  |
| B                   | 15 років  |
| C                   | 16 років  |
| D                   | 10 років  |
| E                   | 12 років  |
| №                   | крок 2008, 2007   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | З метою підвищення ефективності роботи завідувач аптекою проводить аналіз торгових накладень. Вкажіть, який показник впливає на суму реалізованих торгових накладень:                                     |
| Правильна відповідь | Об'єм товарообігу за період, що аналізується  |
| B                   | Сума витрат за період, що аналізується  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| С                   | Сума податку на додану вартість  |
| D                   | Величина середнього товарного запасу   |
| E                   | Розмір податкових відрахувань  |
| №                   | крок 2008  |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом   |
| Текст завдання      | Відома фармацевтична фірма на ліцензійній основі передає право використовувати свій товарний знак невеликому підприємству. Яку назву має ця дія?   |
| Правильна відповідь | Франчайзинг  |
| B                   | Мерчандайзинг  |
| С                   | Сертифікація   |
| D                   | Комплектування   |
| E                   | Експеримент  |
| №                   | крок 2007  |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом   |
| Текст завдання      | Для проведення податкової перевірки торгівельно-господарської діяльності аптеки необхідно надати дозволяючий документ на право роздрібної реалізації медикаментів. Назвіть даний документ: |
| Правильна відповідь | Ліцензія   |
| B                   | Сертифікат акредитації   |
| С                   | Патент   |
| D                   | Паспорт аптеки   |
| E                   | Пільговий патент   |
| №                   | крок 2007  |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Текст завдання      | Українська фармацевтична фірма організувала за кордоном дочірнє підприємство. До якої форми організації міжнародного маркетингу це відноситься:   |
| Правильна відповідь | Пряме володіння   |
| В                   | Прямий експорт  |
| С                   | Ліцензування  |
| D                   | Виробництво лікарських засобів за контрактом  |
| Е                   | Сумісне підприємництво  |
| №                   | крок 2012   |
| Тема                | II РОЗДІЛ Менеджмент і підприємництво. Управління трудовими ресурсами і персоналом  |
| Текст завдання      | У провізора аптеки виник ролевий конфлікт, пов'язаний з перевантаженнями на роботі і сімейними проблемами. Який вид конфлікту зумовлений тим, що до людини висуваються суперечливі вимоги відносно її роботи та її наслідків? |
| Правильна відповідь | Внутрішньоособистісний  |
| В                   | Між особистістю і групою  |
| С                   | Між відділами аптеки  |
| D                   | Міжгруповий   |
| Е                   | Між організаціями   |
| №                   | крок 2017   |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом  |
| Текст завдання      | Листок-вкладка до препарату повинен містити коротку характеристику ЛЗ і обов'язкову дату останнього перегляду інформації. Така інформація, згідно з вимогами законодавства ВООЗ, відноситься до такого рівня:                 |
| Правильна відповідь | Споживацький  |
| В                   | Фармакокінетичний   |
| С                   | Фармакологічний   |



|                     |   |
|---------------------|---|
| D                   | Фармакоеконічний  |
| E                   | Фармакодинамічний   |
| №                   | крок 2017   |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом  |
| Текст завдання      | Оптова фармацевтична фірма впроваджує у свою діяльність належну практику дистрибуції (GDP). Якого чинника внутрішнього середовища фірми у першу чергу стосується цей процес?            |
| Правильна відповідь | Технологія  |
| B                   | Структура   |
| C                   | Ціль  |
| D                   | Завдання  |
| E                   | Люди  |
| №                   | крок 2017   |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом  |
| Текст завдання      | Фармацевтична фірма провела дослідження ринку і встановила, що таблетованому препарату "Анальгін" надають перевагу люди пенсійного віку. За яким принципом здійснено сегментацію ринку? |
| Правильна відповідь | Соціально-демографічний   |
| B                   | Психографічний  |
| C                   | Поведінковий  |
| D                   | Економічний   |
| E                   | Географічний  |
| №                   | крок 2017   |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Текст завдання      | В основі концепції соціально-етичного маркетингу лежить збалансування трьох факторів. Який з перерахованих факторів НЕ ВІДНОСИТЬСЯ до вказаних?                    |
| Правильна відповідь | Матеріально-технічна база  |
| В                   | Покупці (задоволення потреб)   |
| С                   | Підприємство (прибуток)  |
| D                   | Суспільство (благополуччя людей)   |
| Е                   | -  |
| №                   | крок 2016, 2012 2010   |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | За ініціативою фірми-виробника вносяться зміни до анотації препарату з метою обмеження його використання. Який вид маркетингу використовує фірма у даному випадку? |
| Правильна відповідь | Протидіючий  |
| В                   | Конверсійний   |
| С                   | Ремаркетинг  |
| D                   | Синхромаркетинг  |
| Е                   | Стимулюючий  |
| №                   | крок 2016  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | Менеджер фармацевтичної фірми звернув увагу співробітників на характеристики товарів. Однією з характеристик товару у реальному виконанні є:                       |
| Правильна відповідь | Зовнішнє оформлення  |
| В                   | Гарантії   |
| С                   | Доставка   |
| D                   | Надання кредиту  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Е                   | Післяпродажне обслуговування   |
| №                   | крок 2016  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | Вивчення стану стратегічних господарських одиниць (лікарських засобів) фармацевтичної фірми, яке передбачає врахування їх ринкової частки та темпів зростання ринку, проводиться за допомогою: |
| Правильна відповідь | Матриці Бостон консалтинг груп   |
| В                   | Матриці Ансоффа  |
| С                   | Загальної конкурентної матриці Портера   |
| Д                   | VEN-аналізу  |
| Е                   | XYZ-аналізу  |
| №                   | крок 2016, 2015 2014   |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | Швидке нарощування обсягів збуту і визнання покупцями лікарського засобу відбувається на такому етапі його життєвого циклу:  |
| Правильна відповідь | Зростання  |
| В                   | Впровадження на ринок  |
| С                   | Зрілості   |
| Д                   | Спаду  |
| Е                   | Насичення  |
| №                   | крок 2016  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Текст завдання      | Відділом маркетингу фірми-виробника встановлено різке зниження рівня продажів лікарських засобів за певний період часу. Вкажіть вид маркетингу та завдання щодо управління маркетингом:  |
| Правильна відповідь | Ремаркетинг, підвищення попиту   |
| В                   | Синхромаркетинг, вирівнювання попиту   |
| С                   | Конверсійний маркетинг, формування попиту  |
| Д                   | Демаркетинг, зниження попиту   |
| Е                   | Протидіючий маркетинг, зниження попиту   |
| №                   | крок 2016. 2012  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | Фармацевтичне підприємство сформувало цілісний набір ознак, який містить торговельну марку, раціональне і емоційне сприйняття споживачем фірмового стилю товаровиробника, товарної марки і самого товару, а також заходів по його просуванню на ринку. Яке поняття відповідає даному описанню? |
| Правильна відповідь | Бренд  |
| В                   | Упаковка   |
| С                   | Етикетка   |
| Д                   | Маркування   |
| Е                   | Штрих-код  |
| №                   | крок 2015  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | Організація активно розвивається, але витрати перевищують доходи. Вкажіть етап життєвого циклу організації:  |
| Правильна відповідь | Юність   |
| В                   | Смерть   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| С                   | Народження   |
| D                   | Старіння   |
| Е                   | Рання зрілість   |
| №                   | крок 2015  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | Який з видів товарного запасу є призначеним для запобігання та ліквідації медико-санітарних наслідків надзвичайних ситуацій природного чи техногенного характеру?              |
| Правильна відповідь | Стратегічний   |
| B                   | Мертвий  |
| С                   | Циклічний  |
| D                   | Буферний   |
| Е                   | Сезонний   |
| №                   | крок 2015  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | Фармацевтична фірма з метою визначення ринкової ніші для свого товару, його особливостей і характерних рис, що відрізняють цей товар від товарів-конкурентів, використовувала: |
| Правильна відповідь | Позиціонування товару  |
| B                   | Сегментування ринку  |
| С                   | Визначення місткості ринку   |
| D                   | Зміну маркетингової стратегії фірми  |
| Е                   | Рекламу товару   |
| №                   | крок 2015  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Текст завдання      | Лікарський препарат, термін дійсності патентного захисту якого на активну речовину закінчився, має назву:   |
| Правильна відповідь | Генеричний  |
| В                   | Оригінальний  |
| С                   | Незареєстрований  |
| Д                   | Забракований  |
| Е                   | Безрецептурний  |
| №                   | крок 2015   |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом  |
| Текст завдання      | Фармацевтичне підприємство планує вихід на ринок нового лікарського засобу. Основною метою при ціноутворенні фірма визначає формування іміджу та швидке отримання прибутку. Яку стратегію ціноутворення використовує фірма? |
| Правильна відповідь | "Зняття вершків"  |
| В                   | Проникнення   |
| С                   | Наслідування лідера   |
| Д                   | Диференціації цін   |
| Е                   | -   |
| №                   | крок 2015, 2013   |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом  |
| Текст завдання      | Підприємство розширює асортимент продукції за рахунок впровадження у виробництво лікарського засобу, на який закінчився термін дії патенту. Такий лікарський засіб називається:   |
| Правильна відповідь | Генеричний  |
| В                   | Оригінальний  |
| С                   | Брендовий   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| D                   | Фальсифікований  |
| E                   | Патентований   |
| №                   | крок 2015, 2014  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | У своїй роботі фармацевтичне підприємство застосовує вид маркетингу, спрямований на зменшення попиту на лікарські засоби, оскільки він не може бути задоволений через недостатній рівень виробничих потужностей, обмеженість сировини. Який вид маркетингу застосовує підприємство?          |
| Правильна відповідь | Демаркетинг  |
| B                   | Конверсійний   |
| C                   | Ремаркетинг  |
| D                   | Протидіючий  |
| E                   | Стимулюючий  |
| №                   | крок 2015  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | Фармацевтичне підприємство сформувало цілісний набір ознак, який містить: торговельну марку, раціональне й емоційне сприйняття споживачем фірмового стилю товаровиробника, товарної марки та самого товару, а також заходів з його просування на ринку. Яке поняття відповідає даному опису? |
| Правильна відповідь | Бренд  |
| B                   | Упаковка   |
| C                   | Етикетка   |
| D                   | Маркування   |
| E                   | Штрих-код  |
| №                   | крок 2015  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | #####  |
| Правильна відповідь | Зірки  |
| B                   | Дійні корови   |
| C                   | Важкі діти   |
| D                   | Собаки   |
| E                   | -  |
| №                   | крок 2014  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | Фармацевтична фірма з метою визначення ринкової ніши для свого товару, його особливостей і характерних рис, що відрізняють цей товар від товарів-конкурентів, використовувала: |
| Правильна відповідь | Позиціювання товару  |
| B                   | Сегментування ринку  |
| C                   | Визначення місткості ринку   |
| D                   | Зміну маркетингової стратегії фірми  |
| E                   | Рекламу товару   |
| №                   | крок 2014  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | Процес стратегічного планування маркетингу складається з послідовних етапів. Що відносять до етапів процесу стратегічного планування?  |
| Правильна відповідь | Формулювання місії та мети фармацевтичного підприємства  |
| B                   | Виклад поточної маркетингової ситуації   |
| C                   | Формулювання переліку завдань і проблем  |



|                     |  |
|---------------------|--|
| D                   | Розробка програми заходів  |
| E                   | Опрацювання бюджету  |
| №                   | крок 2013  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | При розробленні нового лікарського засобу фірма-виробник може орієнтуватися на різні стратегії використання товарних марок. Яку назву має стратегія, при якій фірма використовує одну назву для всіх своїх препаратів? |
| Правильна відповідь | Групових марок   |
| B                   | Індивідуальних марок   |
| C                   | Марок для окремих препаратів   |
| D                   | Поєднання фірмового імені з індивідуальною маркою препарату  |
| E                   | Багатомарочного підходу  |
| №                   | крок 2013  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | Фармацевтична фірма планує запропонувати нові лікарські засоби на існуючому ринку. Якою маркетинговою можливістю скористається фірма?  |
| Правильна відповідь | Розширення асортименту лікарських засобів  |
| B                   | Більш глибоке проникнення на ринок   |
| C                   | Розширення меж ринку   |
| D                   | Диверсифікація виробництва   |
| E                   | Інтеграція виробництва   |
| №                   | крок 2013  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Текст завдання      | Фармацевтичне підприємство планує вихід на ринок нового лікарського засобу. Основною метою при ціноутворенні фірма визначає формування іміджу і швидке отримання прибутку. Яку стратегію ціноутворення використовує фірма?  |
| Правильна відповідь | "Зняття вершків"  |
| B                   | Проникнення   |
| C                   | Наслідування лідера   |
| D                   | Диференціації цін   |
| E                   | -   |
| №                   | крок 2013, 2012   |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом  |
| Текст завдання      | Для аналізу маркетингових можливостей і прогнозування свого місця на ринку фармацевтична фірма може скористатися матрицею, при якій фірма може шукати нові ринки (географічні) чи виявляти нові сфери застосування традиційного ЛЗ. Таке призначення фармацевтичною фірмою власного місця на ринку здійснюється за допомогою: |
| Правильна відповідь | Матриці Ансоффа   |
| B                   | Матриці Бостон консалтинг груп  |
| C                   | Матриці Портера   |
| D                   | Матриці конкурентних переваг  |
| E                   | Моделі конкретних сил   |
| №                   | крок 2013   |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом  |
| Текст завдання      | За підсумками року в аптеці був проведений аналіз фінансово-економічної діяльності. Рівень торгових накладень розраховувався як відносний показник, тобто у відсотковому співвідношенні суми торгових накладень до:   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Правильна відповідь | Загального товарообігу   |
| B                   | Прибутку   |
| C                   | Рентабельності   |
| D                   | Витрат   |
| E                   | Рецептури  |
| №                   | крок 2013  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | Відділ маркетингу фармацевтичного підприємства "Беладона" розподілив весь товарний асортимент в залежності від темпів росту ринкового попиту на окремі товари та відносно частки ринку фірми на чотири групи: "Зірки", "Важкі діти", "Дійні корови", "Собаки". Відділ маркетингу використав матрицю: |
| Правильна відповідь | Бостонської консалтингової групи   |
| B                   | Портера  |
| C                   | Тейлора  |
| D                   | Маслоу   |
| E                   | Герцберга  |
| №                   | крок 2011  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | Фармацевтична фірма провела сегментування регіонального ринку протигістамінних препаратів за віковою ознакою. Вона встановила, що лікарські засоби для дітей відсутні. Фірма буде розглядати даний сегмент як:   |
| Правильна відповідь | Ринкову нішу   |
| B                   | Сегмент, не привабливий для фірми  |
| C                   | Ринкову частку   |
| D                   | Сегмент, що вимагає подальших досліджень   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Е                   | Ринкові двері  |
| №                   | крок 2011  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | У складі якого з наведених напрямків комплексного дослідження ринку вивчається співвідношення між попитом, пропозицією та рівнем цін?  |
| Правильна відповідь | Вивчення економічної кон'юнктури   |
| В                   | Вивчення вимог ринку та товару   |
| С                   | Аналіз ринкової сегментації  |
| D                   | Вивчення фірмової структури ринку  |
| Е                   | Аналіз соціально-психологічних особливостей покупців   |
| №                   | крок 2010  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | Підприємство фармацевтичного профілю, що досягло високих показників обсягів збуту власної продукції і визнання покупців, дістане максимальний прибуток на наступному етапі життєвого циклу товару: |
| Правильна відповідь | Зрілість   |
| В                   | Впровадження на ринок  |
| С                   | Ріст   |
| D                   | Спад   |
| Е                   | Розробка   |
| №                   | крок 2010  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | На фармацевтичному ринку склалася ситуація, коли існує тільки одна фірма, що продає певний товар. Назвіть вид конкурентної структури ринку:  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Правильна відповідь | Ринок чистої монополії   |
| B                   | Ринок чистої вільної конкуренції   |
| C                   | Ринок монополістичної конкуренції  |
| D                   | Олігополістичний ринок   |
| E                   | Ринок чистої монополії та олігополістичний ринок   |
| №                   | крок 2010, 2008  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | Фармацевтичне підприємство, враховуючи, що охорона здоров'я надає першочергового значення якості лікарських засобів, спрямувало свої зусилля на покращення якісних характеристик препарату. Яку концепцію управління маркетингом використовує фірма? |
| Правильна відповідь | Удосконалення товару   |
| B                   | Удосконалення виробництва  |
| C                   | Сучасний маркетинг   |
| D                   | Всі відповіді вірні  |
| E                   | Правильної відповіді немає   |
| №                   | крок 2009  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | Ринок характеризується такими умовами: наявність великої кількості продавців та покупців, які не впливають на рівень поточних цін; наявність однорідних та взаємозамінних конкуруючих товарів; відсутність цінових обмежень. Вкажіть тип ринку:      |
| Правильна відповідь | Ринок чистої конкуренції   |
| B                   | Ринок монополістичної конкуренції  |
| C                   | Олігополістичний ринок   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| D                   | Ринок чистої монополії  |
| E                   | -   |
| №                   | крок 2009   |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом  |
| Текст завдання      | Охорона здоров'я надає першочергове значення якості лікарських засобів, тому фармацевтичне підприємство спрямувало свої зусилля на покращення якісних характеристик препарату. Яку концепцію управління маркетингом використовує фірма? |
| Правильна відповідь | Удосконалення товару  |
| B                   | Удосконалення виробництва   |
| C                   | Сучасний маркетинг  |
| D                   | Всі відповіді вірні   |
| E                   | Правильної відповіді немає  |
| №                   | крок 2009, 2007   |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом  |
| Текст завдання      | Товарний асортимент - це сукупність асортиментних груп товарів, що їх пропонує підприємство. Показник, який відображає кількість позицій у кожній асортиментній групі, називається:   |
| Правильна відповідь | Глибина товарного асортименту   |
| B                   | Ширина товарного асортименту  |
| C                   | Насиченість товарного асортименту   |
| D                   | Асортимент товару   |
| E                   | Зіставленість товарного асортименту   |
| №                   | крок 2008   |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Текст завдання      | Який із препаратів-аналогів є найбільш конкурентоспроможним, якщо у результаті визначення їх коефіцієнтів конкурентоспроможності отримані такі результати:  |
| Правильна відповідь | 2,0   |
| В                   | 1,15  |
| С                   | 1,7   |
| D                   | 0,73  |
| Е                   | 0,53  |
| №                   | крок 2008   |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом  |
| Текст завдання      | На фармацевтичний ринок України надійшов новий лікарський засіб. Відомо, що торгівля ним збиткова: низький об'єм продажів, великі маркетингові витрати. У якій фазі життєвого циклу знаходиться даний лікарський засіб?   |
| Правильна відповідь | Впровадження  |
| В                   | Ріст  |
| С                   | Зрілість  |
| D                   | Насичення   |
| Е                   | Спад  |
| №                   | крок 2007   |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом  |
| Текст завдання      | На лікарський препарат закінчився термін дії патентного захисту, і тому він не є винятковою власністю фармацевтичної компанії-розробника, і може вироблятися будь-якою фармацевтичною фірмою. Такий препарат називається: |
| Правильна відповідь | Генерик   |
| В                   | Фальсифікований   |
| С                   | Оригінальний  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| D                   | Унікальний   |
| E                   | Синтетичний  |
| №                   | крок 2007  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | #####  |
| Правильна відповідь | Сегментна  |
| B                   | Функціональна  |
| C                   | Продуктова   |
| D                   | Регіональна  |
| E                   | Змішана  |
| №                   | крок 2012  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |
| Текст завдання      | При вивченні попиту на лікарські засоби і товари медичного призначення розрізняють декілька його видів. Якому виду попиту відповідає ситуація, коли бажання споживачів неможливо задовольнити за допомогою товарів і послуг, наявних на ринку? |
| Правильна відповідь | Прихований   |
| B                   | Позитивний   |
| C                   | Негативний   |
| D                   | Надлишковий  |
| E                   | Нераціональний   |
| №                   | крок 2007  |
| Тема                | III РОЗДІЛ Основні положення фармацевтичного маркетингу. Процес управління фарммаркетингом   |



|                     |   |
|---------------------|---|
| Текст завдання      | Фармацевтичною фірмою проведений поділ споживачів на групи в залежності від статі, віку і розміру сім'ї. Який принцип сегментування ринку лікарських засобів полягає в основі такого поділу?  |
| Правильна відповідь | Демографічний   |
| В                   | Географічний  |
| С                   | Соціально-економічний   |
| Д                   | Поведінковий  |
| Е                   | -   |
| №                   | крок 2017   |
| Тема                | IV РОЗДІЛ Цінова і збутова діяльність в системі фармацевтичного маркетингу  |
| Текст завдання      | Фармацевтична фірма "Белладонна" використовує послуги посередника, що працює з фірмою за певною угодою і здійснює операції за її рахунок, при цьому йому надано виняткове право збуту товарів фірми в окремих регіонах. Цей посередник: |
| Правильна відповідь | Оптовий агент   |
| В                   | Консигнатор   |
| С                   | Комісіонер  |
| Д                   | Брокер  |
| Е                   | Дилер   |
| №                   | крок 2017   |
| Тема                | IV РОЗДІЛ Цінова і збутова діяльність в системі фармацевтичного маркетингу  |
| Текст завдання      | Вкажіть засоби стимулювання збуту, які можуть використовуватись в аптеках для споживачів:   |
| Правильна відповідь | Знижки  |
| В                   | Моральні стимули  |
| С                   | Премії, подяки  |
| Д                   | Конкурси для фахівців   |
| Е                   | -   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| №                   | крок 2017  |
| Тема                | IV РОЗДІЛ Цінова і збутова діяльність в системі фармацевтичного маркетингу   |
| Текст завдання      | Звичайна діяльність аптеки поділяється на операційну, інвестиційну та фінансову. До операційної діяльності відноситься:  |
| Правильна відповідь | Надходження коштів від реалізації продукції  |
| B                   | Відшкодування збитків від надзвичайних подій   |
| C                   | Надходження коштів від фінансових інвестицій   |
| D                   | Надходження коштів від облігацій   |
| E                   | Дивіденди  |
| №                   | крок 2017  |
| Тема                | IV РОЗДІЛ Цінова і збутова діяльність в системі фармацевтичного маркетингу   |
| Текст завдання      | Спеціалісти відділу маркетингу фармацевтичного підприємства "Луга-фарм" на графіку відобразили валові витрати та валовий дохід при різних рівнях обсягів продажів лікарського засобу. В даному випадку використаний такий метод ціноутворення: |
| Правильна відповідь | Беззбитковості   |
| B                   | Конкурентних цін   |
| C                   | З орієнтацією на попит   |
| D                   | Націнок  |
| E                   | Тендерного ціноутворення   |
| №                   | крок 2017  |
| Тема                | IV РОЗДІЛ Цінова і збутова діяльність в системі фармацевтичного маркетингу   |
| Текст завдання      | Фармацевтична фірма виробляє лікарські препарати, знає своїх споживачів і має можливості постачання. Для якого типу сегменту характерна дана ситуація?   |
| Правильна відповідь | Ринкова ніша   |
| B                   | Ринок споживача  |
| C                   | Ринкове вікно  |
| D                   | Товарний ринок   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Е                   | Потенційний ринок   |
| №                   | крок 2017   |
| Тема                | IV РОЗДІЛ Цінова і збутова діяльність в системі фармацевтичного маркетингу  |
| Текст завдання      | Відділом маркетингу фірми-виробника встановлено різке зниження рівня продажів лікарських засобів за певний період часу. Вкажіть вид маркетингу та завдання щодо управління маркетингом: |
| Правильна відповідь | Ремаркетинг, підвищення попиту  |
| В                   | Синхромаркетинг, вирівнювання попиту  |
| С                   | Конверсійний маркетинг, формування попиту   |
| D                   | Демаркетинг, зниження попиту  |
| Е                   | Протидіючий маркетинг, зниження попиту  |
| №                   | крок 2017, 2016, 2015, 2012   |
| Тема                | IV РОЗДІЛ Цінова і збутова діяльність в системі фармацевтичного маркетингу  |
| Текст завдання      | Підприємство-виробник планує продавати новий лікарський засіб через оптові фармацевтичні фірми. Який вид каналу розподілу планується використати?                                       |
| Правильна відповідь | Дворівневий   |
| В                   | Однорівневий  |
| С                   | Прямого маркетингу  |
| D                   | Трирівневий   |
| Е                   | -   |
| №                   | крок 2017   |
| Тема                | IV РОЗДІЛ Цінова і збутова діяльність в системі фармацевтичного маркетингу  |
| Текст завдання      | Графік залежності "ціна-попит" представлений горизонтальною лінією. Вкажіть вид попиту:   |
| Правильна відповідь | Абсолютно еластичний  |
| В                   | Еластичний  |
| С                   | Нееластичний  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| D                   | Унітарний   |
| E                   | Абсолютно нееластичний  |
| №                   | крок 2016   |
| Тема                | IV РОЗДІЛ Цінова і збутова діяльність в системі фармацевтичного маркетингу  |
| Текст завдання      | Попит на лікарські засоби залежить від багатьох факторів. Який з факторів НЕ ВПЛИВАЄ на еластичність попиту?  |
| Правильна відповідь | Обсяг збуту лікарських засобів  |
| B                   | Взаємозамінність препарату  |
| C                   | Важливість ліків для споживача  |
| D                   | Питома вага препарату в доході споживача  |
| E                   | Період для прийняття рішення стосовно придбання препарату   |
| №                   | крок 2016, 2013, 2010   |
| Тема                | IV РОЗДІЛ Цінова і збутова діяльність в системі фармацевтичного маркетингу  |
| Текст завдання      | Аптека проводить оптові закупівлі засобів санітарії та гігієни. Посередник працює за угодою з виробником і проводить операції за його рахунок. Посереднику може бути надане виключне право збуту товарів фірми у певних районах. Назвіть цього посередника: |
| Правильна відповідь | Оптовий агент   |
| B                   | Консигнатор   |
| C                   | Комісіонер  |
| D                   | Брокер  |
| E                   | Дилер   |
| №                   | крок 2016, 2012   |
| Тема                | IV РОЗДІЛ Цінова і збутова діяльність в системі фармацевтичного маркетингу  |
| Текст завдання      | З метою охоплення широкого ринку збуту, отримання високих прибутків через масову реалізацію і зручність місця придбання ліків для споживача, фармацевтичний виробник співпрацює з численними посередниками. Якому виду розподілу це притаманно?             |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Правильна відповідь | Інтенсивний  |
| B                   | Ексклюзивний   |
| C                   | Ешелонований   |
| D                   | Комбінований   |
| E                   | Селективний  |
| №                   | крок 2014  |
| Тема                | IV РОЗДІЛ Цінова і збутова діяльність в системі фармацевтичного маркетингу   |
| Текст завдання      | Підприємство-виробник планує реалізовувати новий лікарський засіб через фірмові аптеки. Яка стратегія розподілу лікарських засобів буде задіяна?   |
| Правильна відповідь | Пряма  |
| B                   | Ешелована  |
| C                   | Гнучка   |
| D                   | Горизонтальної інтеграції  |
| E                   | Вертикальної інтеграції  |
| №                   | крок 2014  |
| Тема                | IV РОЗДІЛ Цінова і збутова діяльність в системі фармацевтичного маркетингу   |
| Текст завдання      | Фармацевтичний виробник здійснює добір посередників для доведення своїх лікарських засобів до споживача. Що розуміють під кількістю посередників, через яких лікарські засоби проходять на шляху від виробника до споживача? |
| Правильна відповідь | Довжина каналу розподілу   |
| B                   | Комбінований розподіл  |
| C                   | Структура каналу розподілу   |
| D                   | Ширина каналу розподілу  |
| E                   | Ешелонований розподіл  |
| №                   | крок 2012,2011, 2009   |
| Тема                | IV РОЗДІЛ Цінова і збутова діяльність в системі фармацевтичного маркетингу   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Текст завдання      | Фармацевтична фірма "Фармасвіт" запатентувала і виробляє новий препарат гіпоглікемічної дії. Збут товару фірма проводить безпосередньо через власні відділи збуту, збутові філіали, мережу фірмових аптек. Канал якого рівня характеризує збутову політику даної фармацевтичної фірми?                   |
| Правильна відповідь | Нульовий   |
| В                   | Однорівневий   |
| С                   | Дворівневий  |
| Д                   | Трирівневий  |
| Е                   | Чотирирівневий   |
| №                   | крок 2012  |
| Тема                | IV РОЗДІЛ Цінова і збутова діяльність в системі фармацевтичного маркетингу   |
| Текст завдання      | Діяльність фірми з планування, організації і контролю за фізичним переміщенням матеріалів і готових виробів від місця їх виробництва до місця їх використання з метою задоволення потреб споживачів і з вигодою для себе, це:  |
| Правильна відповідь | Збут   |
| В                   | Пропозиція   |
| С                   | Попит  |
| Д                   | Реклама  |
| Е                   | Менеджмент   |
| №                   | крок 2011  |
| Тема                | IV РОЗДІЛ Цінова і збутова діяльність в системі фармацевтичного маркетингу   |
| Текст завдання      | Фармацевтична фірма "Пфайзер" намагається запропонувати ринку найкращий якісний товар за високою ціною, яка має покрити видатки на науково-дослідницькі розробки і виробництво високоякісної продукції. Незважаючи на високу ціну, товар знаходить своїх покупців. Які цілі ціноутворення ставить фірма? |
| Правильна відповідь | Завоювання лідерства за якістю продукції   |
| В                   | Забезпечення виживаності фірми   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| С                   | Збереження існуючого положення  |
| D                   | Збільшення частки ринку   |
| E                   | Збільшення асортименту фірми  |
| №                   | крок 2008, 2007   |
| Тема                | IV РОЗДІЛ Цінова і збутова діяльність в системі фармацевтичного маркетингу  |
| Текст завдання      | Маркетологу оптово-роздрібної фармацевтичної фірми необхідно визначити, яким чином зміниться обсяг попиту при зростанні ціни на 10%, якщо відомо, що коефіцієнт еластичності дорівнює 1?    |
| Правильна відповідь | Знизиться на 10%  |
| B                   | Зросте на 10%   |
| С                   | Знизиться на 1%   |
| D                   | Зросте на 1%  |
| E                   | Не зміниться  |
| №                   | крок 2008, 2007   |
| Тема                | IV РОЗДІЛ Цінова і збутова діяльність в системі фармацевтичного маркетингу  |
| Текст завдання      | Фармацевтична фірма планує випуск нової лікарської речовини. Який метод ціноутворення дозволить визначити мінімально допустиму ціну і об'єм виробництва, необхідний для отримання прибутку? |
| Правильна відповідь | Метод беззбитковості  |
| B                   | Метод запечатаного конверту   |
| С                   | Витратний метод   |
| D                   | Визначення ціни з орієнтацією на попит  |
| E                   | Визначення ціни з орієнтацією на конкурентів  |
| №                   | крок 2011   |
| Тема                | IV РОЗДІЛ Цінова і збутова діяльність в системі фармацевтичного маркетингу  |
| Текст завдання      | До аптеки надійшли товарноматеріальні цінності за товарнотранспортною накладною. В якому документі лікарські засоби обліковуються уповноваженою особою?                                     |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Правильна відповідь | Реєстр лікарських засобів, що надійшли суб'єкту господарської діяльності   |
| B                   | Товарно-транспортна накладна   |
| C                   | Акт приймання передачі   |
| D                   | Реєстр лікарських засобів, що реалізуються суб'єктом господарської діяльності  |
| E                   | Журнал обліку товарів, що надійшли   |
| №                   | крок 2017  |
| Тема                | V РОЗДІЛ Система маркетингових комунікацій   |
| Текст завдання      | На зборах завідувачів аптек, що відбулися в ЦРА №8 обговорювались нові правила відпуску деяких лікарських препаратів. Комунікації між відділами і підрозділами організації - це: |
| Правильна відповідь | Внутрішні горизонтальні організаційні комунікації  |
| B                   | Зовнішні організаційні комунікації   |
| C                   | Неформальні організаційні комунікації  |
| D                   | Внутрішні вертикальні організаційні комунікації  |
| E                   | Міжрівневі комунікації   |
| №                   | крок 2017  |
| Тема                | V РОЗДІЛ Система маркетингових комунікацій   |
| Текст завдання      | Паблік рилейшнз є важливим елементом комплексу маркетингових комунікацій фармацевтичних підприємств. До засобів паблік рилейшнз належить:  |
| Правильна відповідь | Участь у роботі конференцій  |
| B                   | Преміальні продажі   |
| C                   | Знижки   |
| D                   | Розміщення рекламних матеріалів в аптеці   |
| E                   | Розміщення ЛЗ у вітринах і на полицях  |
| №                   | крок 2017  |
| Тема                | V РОЗДІЛ Система маркетингових комунікацій   |



|                     |   |
|---------------------|---|
| Текст завдання      | Компанія Санофі як Національний спонсор Всесвітнього дня боротьби з діабетом надала підтримку в поширенні матеріалів про організацію правильного харчування людей з діабетом. Така діяльність називається:                                  |
| Правильна відповідь | Паблік рилейшнз   |
| B                   | Доброчинність   |
| C                   | Реклама фірми   |
| D                   | Лобіювання інтересів фірми  |
| E                   | Консолідація  |
| №                   | крок 2017   |
| Тема                | V РОЗДІЛ Система маркетингових комунікацій  |
| Текст завдання      | В рекламному ролику, який демонструють по телебаченню, показано, як препарат проти застуди ефективно виліковує парубка, і той з радістю іде на довгоочікуване побачення. Вкажіть, на які мотиви покупки розрахований даний рекламний ролик: |
| Правильна відповідь | Емоційні  |
| B                   | Раціональні   |
| C                   | Етичні  |
| D                   | Економічні  |
| E                   | Моральні  |
| №                   | крок 2017   |
| Тема                | V РОЗДІЛ Система маркетингових комунікацій  |
| Текст завдання      | Співробітник фармацевтичної фірми отримав завдання провести маркетингові дослідження по вивченню регіонального ринку антиаритмічних засобів. Якому етапу досліджень він віддає перевагу в першу чергу?                                      |
| Правильна відповідь | Збір і аналіз вторинної інформації  |
| B                   | Збір первинної інформації   |
| C                   | Аналіз даних первинної інформації   |
| D                   | Підготовка звіту  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Е                   | Подання звіту   |
| №                   | крок 2016, 2011, 2010   |
| Тема                | V РОЗДІЛ Система маркетингових комунікацій  |
| Текст завдання      | Фармацевтична оптова фірма для стимулювання збуту товару надає своїм клієнтам знижку на основі соціальної домовленості і за умови їх постійності як клієнтів. Визначте вид знижки:    |
| Правильна відповідь | Бонусна   |
| В                   | Дилерська   |
| С                   | Сезонна   |
| D                   | Знижки за кількість товару, який купують  |
| Е                   | -   |
| №                   | крок 2016, 2011, 2010   |
| Тема                | V РОЗДІЛ Система маркетингових комунікацій  |
| Текст завдання      | Провізор відділу маркетингу фармацевтичного виробника планує комунікаційну політику підприємства. Яка складова систем маркетингових комунікацій має найвищу вартість на один контакт? |
| Правильна відповідь | Персональний продаж   |
| В                   | ”Паблік рілейшнз”   |
| С                   | Реклама на телебаченні  |
| D                   | Реклама в періодичних виданнях  |
| Е                   | Стимулювання збуту  |
| №                   | крок 2016   |
| Тема                | V РОЗДІЛ Система маркетингових комунікацій  |
| Текст завдання      | Короточасні спонукальні заходи заохочення посередників і споживачів до купівлі ліків (знижки, товарні кредити, підтримка постійних покупців, тощо) має назву:                         |
| Правильна відповідь | Стимулювання збуту лікарських засобів   |
| В                   | Лобіювання  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| C                   | Реклама   |
| D                   | Персональний продаж   |
| E                   | Паблісіті   |
| №                   | крок 2013   |
| Тема                | V РОЗДІЛ Система маркетингових комунікацій  |
| Текст завдання      | #####   |
| Правильна відповідь | Пряма адресна реклама   |
| B                   | Зовнішня реклама  |
| C                   | Реклама у пресі   |
| D                   | Реклама на телебаченні  |
| E                   | Сувенірна реклама   |
| №                   | крок 2013   |
| Тема                | V РОЗДІЛ Система маркетингових комунікацій  |
| Текст завдання      | <p>Фармацевтична компанія "AstraZeneca" в рамках благодійного проекту "Скажемо разом НІ астмі!" відкриває в дитячих лікарнях ігрові кімнати, успішно реалізує програму боротьби з тютюнопалінням серед молоді, розробляє методичні посібники для школярів зі здорового способу життя. Діяльність компанії, спрямована на встановлення доброзичливих стосунків з громадськістю. Така система заходів компанії має назву:</p> |
| Правильна відповідь | Паблік рілейшнз   |
| B                   | Реклама   |
| C                   | Прямий продаж   |
| D                   | Брендинг  |
| E                   | Мерчандайзинг   |
| №                   | крок 2011   |
| Тема                | V РОЗДІЛ Система маркетингових комунікацій  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Текст завдання      | Яка складова системи маркетингових комунікацій спрямовує свою діяльність на формування позитивного іміджу фірми?   |
| Правильна відповідь | "Паблік рілейшинз"   |
| В                   | Реклама  |
| С                   | Персональний продаж  |
| D                   | Збутова логістика  |
| Е                   | Мерчандайзинг  |
| №                   | крок 2010  |
| Тема                | V РОЗДІЛ Система маркетингових комунікацій   |
| Текст завдання      | Фармацевтична фірма при розробці рекламної стратегії просування безрецептурних ліків передбачає визначення цільової аудиторії. При цьому найвищу вибірковість аудиторії споживачів зумовлює такий вид реклами:             |
| Правильна відповідь | На місці продажу   |
| В                   | На радіо   |
| С                   | На транспорті  |
| D                   | У друкованих виданнях  |
| Е                   | На телебаченні   |
| №                   | крок 2010, 2009  |
| Тема                | V РОЗДІЛ Система маркетингових комунікацій   |
| Текст завдання      | Фармацевтична фірма "Адоніс" для просування нової продукції користується рекламою, яка повідомляє покупцям про товар, підкреслює характерні його переваги, характерні властивості та характеристики. Що це за вид реклами? |
| Правильна відповідь | Інформаційна   |
| В                   | Агресивна  |
| С                   | Підтримуюча  |
| D                   | Непряма  |
| Е                   | Пряма  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| №                   | крок 2007  |
| Тема                | V РОЗДІЛ Система маркетингових комунікацій   |
| Текст завдання      | Фармацевтична фірма активно рекламує препарат безрецептурного відпуску в засобах масової інформації: на телебаченні, на радіо та ін. Використовується також реклама в газетах, на місці продажу, сувенірна. Яку стратегію використовує в даному випадку фірма? |
| Правильна відповідь | Стратегія привабливання  |
| B                   | Стратегія прощтовхування   |
| C                   | Стратегія недиференційованого маркетингу   |
| D                   | Стратегія диференційованого маркетингу   |
| E                   | Концентрований маркетинг   |
| №                   | крок 2017  |
| Тема                | VI РОЗДІЛ Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг  |
| Текст завдання      | Встановіть тип маркетингового контролю, якщо відповідальними за його впровадження є вище керівництво і ревізор по маркетингу, а як метод контролю використовується ревізія маркетингу:   |
| Правильна відповідь | Стратегічний контроль  |
| B                   | Контроль прибутковості   |
| C                   | Контроль за реалізацією  |
| D                   | Контроль рентабельності  |
| E                   | -  |
| №                   | крок 2017  |
| Тема                | VI РОЗДІЛ Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг  |
| Текст завдання      | В аптечній мережі регулярно перевіряється робота провізорів та фармацевтів щодо дотримання стандартів обслуговування та обговорюються проблеми, які виникають під час роботи. Якому виду контролю відповідає така діяльність?                                  |
| Правильна відповідь | Поточний   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| В                   | Попередній   |
| С                   | Завершальний   |
| D                   | Фінансовий   |
| Е                   | -  |
| №                   | крок 2017  |
| Тема                | VI РОЗДІЛ Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг  |
| Текст завдання      | Фармацевтичне підприємство здійснює маркетинговий аудит. Який фактор вивчається при аудиті макросередовища підприємства? |
| Правильна відповідь | Стан економіки в країні  |
| В                   | Переваги споживачів  |
| С                   | Ціни конкурентів   |
| D                   | Пропозиції постачальників  |
| Е                   | -  |
| №                   | крок 2017  |
| Тема                | VI РОЗДІЛ Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг  |
| Текст завдання      | На фармацевтичному підприємстві "Вірго" контролюється надходження ЛЗ за кількістю і якістю. Визначте вид контролю:       |
| Правильна відповідь | Попередній   |
| В                   | Поточний   |
| С                   | Заклучний  |
| D                   | Стандартний  |
| Е                   | Ефективний   |
| №                   | крок 2016  |
| Тема                | VI РОЗДІЛ Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг  |
| Текст завдання      | #####  |
| Правильна відповідь | Кабінетні  |
| В                   | Польові  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| С                   | Спостереження  |
| D                   | Панельні   |
| Е                   | Опитування   |
| №                   | крок 2016, 2015, 2011  |
| Тема                | VI РОЗДІЛ Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг  |
| Текст завдання      | Співробітник фармацевтичної фірми отримав завдання провести маркетингові дослідження по вивченню регіонального ринку антиаритмічних засобів. Якому етапу досліджень він віддає перевагу в першу чергу?             |
| Правильна відповідь | Збір і аналіз вторинної інформації   |
| B                   | Збір первинної інформації  |
| С                   | Аналіз даних первинної інформації  |
| D                   | Підготовка звіту   |
| Е                   | Подання звіту  |
| №                   | крок 2015  |
| Тема                | VI РОЗДІЛ Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг  |
| Текст завдання      | Вкажіть тип методу спостереження при зборі первинної інформації, коли дослідник поводить як активний учасник подій?  |
| Правильна відповідь | Активне спостереження  |
| B                   | Природне спостереження   |
| С                   | Лабораторне спостереження  |
| D                   | Відкрите спостереження   |
| Е                   | Приховане спостереження  |
| №                   | крок 2014, 2008  |
| Тема                | VI РОЗДІЛ Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг  |
| Текст завдання      | Фахівцями відділу маркетингу фармацевтичної фірми, що впроваджує на ринок новий антидіабетичний препарат, було проведене анкетування 230 лікарів-ендокринологів. Який метод маркетингових досліджень використаний? |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Правильна відповідь | Опитування  |
| B                   | Спостереження   |
| C                   | Експеримент   |
| D                   | Панель  |
| E                   | Тестування  |
| №                   | крок 2013   |
| Тема                | VI РОЗДІЛ Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг   |
| Текст завдання      | Для проведення маркетингових досліджень по вивченню ринку споживачів препаратів жовчогінної дії регіону, що вивчається, фірма визначила проблему і сформулювала цілі дослідження. До якого етапу досліджень їй необхідно приступити у подальшому? |
| Правильна відповідь | Збір і аналіз вторинної інформації  |
| B                   | Розробка плану збору первинної інформації   |
| C                   | Збір первинної інформації   |
| D                   | Аналіз первинної інформації   |
| E                   | Складання звіту   |
| №                   | крок 2011   |
| Тема                | VI РОЗДІЛ Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг   |
| Текст завдання      | Співробітник фармацевтичної фірми отримав завдання провести маркетингові дослідження по вивченню регіонального ринку антиаритмічних засобів. Якому етапу досліджень він віддає перевагу в першу чергу?  |
| Правильна відповідь | Збір і аналіз вторинної інформації  |
| B                   | Збір первинної інформації   |
| C                   | Аналіз даних первинної інформації   |
| D                   | Підготовка звіту  |
| E                   | Подання звіту   |
| №                   | крок 2009   |
| Тема                | VI РОЗДІЛ Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг   |



|                     |  |
|---------------------|--|
| Текст завдання      | Проведення маркетингових досліджень за окремими фармацевтичними групами передбачає збір і аналіз первинної інформації. Це наступний вид маркетингових досліджень:  |
| Правильна відповідь | "Польові"дослідження   |
| B                   | "Кабінетні"дослідження   |
| C                   | Дослідження ринку лікарських засобів   |
| D                   | Дослідження споживачів лікарських засобів  |
| E                   | Дослідження збутової мережі фармацевтичного ринку  |
| №                   | крок 2009  |
| Тема                | VI РОЗДІЛ Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг  |
| Текст завдання      | На телебаченні періодично здійснюється популяризація серед молоді механічних контрацептивів (без вказівок на конкретні товарні марки). Різновидом якої складової маркетингової комунікації є ці заходи?            |
| Правильна відповідь | Пабліситі  |
| B                   | Реклама  |
| C                   | Персональний продаж  |
| D                   | Стимулювання збуту   |
| E                   | Спонсорство  |
| №                   | крок 2007  |
| Тема                | VI РОЗДІЛ Маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг  |
| Текст завдання      | Спеціалісти з маркетингу при вивченні фармацевтичного ринку використовують "кабінетні"та "польові"методи дослідження. Які "кабінетні"методи дослідження ринку можуть використовуватися спеціалістами з маркетингу? |
| Правильна відповідь | Аналіз звітів попередніх досліджень  |
| B                   | Вибіркове спостереження  |
| C                   | Суцільне спостереження   |
| D                   | Телефонне опитування   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Е                   | Проведення експериментальної реалізації препарату  |
| №                   | крок 2017-2018   |
| Тема                | <i>Ціни, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних та аптечних підприємств. Збутова діяльність.</i>  |
| Текст завдання      | Графік залежності "ціна-попит" представлений горизонтальною лінією. Вкажіть вид попиту:  |
| Правильна відповідь | Абсолютно еластичний   |
| В                   | Еластичний   |
| С                   | Нееластичний   |
| Д                   | Унітарний  |
| Е                   | Абсолютно нееластичний   |
| №                   | крок 2017-2018   |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління.</i>   |
| Текст завдання      | Комунікації - це процес обміну інформацією. Між відділами і підрозділами організації здійснюються такі комунікації:                                    |
| Правильна відповідь | Внутрішні горизонтальні організаційні  |
| В                   | Зовнішні організаційні   |
| С                   | Неформальні організаційні  |
| Д                   | Внутрішні вертикальні організаційні  |
| Е                   | Міжрівневі   |
| №                   | крок 2017-2018   |
| Тема                | <i>Управління фармацевтичним маркетингом</i>   |
| Текст завдання      | В основі концепції соціально-етичного маркетингу лежить збалансування трьох факторів. Який з перерахованих факторів <b>НЕ ВІДНОСИТЬСЯ</b> до вказаних? |
| Правильна відповідь | Матеріально-технічна база  |
| В                   | Покупці (задоволення потреб)   |
| С                   | Підприємство (прибуток)  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| D                   | Суспільство (благополуччя людей)   |
| E                   | -  |
| №                   | крок 2017-2018   |
| Тема                | <i>Маркетингові дослідження, політика комунікацій, маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг</i>   |
| Текст завдання      | Фармацевтична фірма вимушена відновлювати імідж внаслідок розповсюдження фірмою-конкурентом негативної інформації. Які засоби маркетингових комунікацій повинна використовувати фірма? |
| Правильна відповідь | ”Паблік рілейшенз”   |
| B                   | Стимулювання збуту   |
| C                   | Реклама  |
| D                   | Проведення презентацій   |
| E                   | Мерчандайзинг  |
| №                   | крок 2017-2018   |
| Тема                | <i>Організація як об’єкт управління.</i>   |
| Текст завдання      | На зборах завідувачів аптек, що відбулися в ЦРА №8 обговорювались нові правила відпуску деяких лікарських препаратів. Комунікації між відділами і підрозділами організації - це:       |
| Правильна відповідь | Внутрішні горизонтальні організаційні комунікації  |
| B                   | Зовнішні організаційні комунікації   |
| C                   | Неформальні організаційні комунікації  |
| D                   | Внутрішні вертикальні організаційні комунікації  |
| E                   | Міжрівневі комунікації   |
| №                   | крок 2017-2018   |
| Тема                | <i>Товар в системі маркетингу</i>  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Текст завдання      | Підприємство фармацевтичного профілю, що досягло високих показників обсягів збуту власної продукції і визнання покупців, дістане максимальний прибуток на наступному етапі життєвого циклу:   |
| Правильна відповідь | Зрілості  |
| В                   | Впровадження на ринок   |
| С                   | Росту   |
| Д                   | Спаду   |
| Е                   | Випробування  |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Маркетингові дослідження, політика комунікацій, маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг</i>  |
| Текст завдання      | Співробітник фармацевтичної фірми отримав завдання провести маркетингові дослідження по вивченню регіонального ринку антиаритмічних засобів. Якому етапу досліджень він віддає перевагу в першу чергу?                                  |
| Правильна відповідь | Збір і аналіз вторинної інформації  |
| В                   | Збір первинної інформації   |
| С                   | Аналіз даних первинної інформації   |
| Д                   | Підготовка звіту  |
| Е                   | Подання звіту   |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Ціни, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних та аптечних підприємств. Збутова діяльність.</i>   |
| Текст завдання      | Фармацевтична фірма "Белладонна" використовує послуги посередника, що працює з фірмою за певною угодою і здійснює операції за її рахунок, при цьому йому надано виняткове право збуту товарів фірми в окремих регіонах. Цей посередник: |
| Правильна відповідь | Оптовий агент   |
| В                   | Консигнатор   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| C                   | Комісіонер  |
| D                   | Брокер  |
| E                   | Дилер   |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Ціни, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних та аптечних підприємств. Збутова діяльність.</i>   |
| Текст завдання      | Підприємство-виробник планує продавати новий лікарський засіб через оптові фармацевтичні фірми. Який вид каналу розподілу планується використати?   |
| Правильна відповідь | Дворівневий   |
| B                   | Однорівневий  |
| C                   | Прямого маркетингу  |
| D                   | Трирівневий   |
| E                   | -   |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Маркетингові дослідження, політика комунікацій, маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг</i>  |
| Текст завдання      | Переконливий засіб інформації про товар або фірму, комерційна пропаганда споживчих якостей товару та належної діяльності фірми, засіб, який готує активного та потенційного споживача до купівлі, це: |
| Правильна відповідь | Реклама   |
| B                   | Торговий знак   |
| C                   | Маркетинг   |
| D                   | Комунікації   |
| E                   | Пропозиція  |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Товар в системі маркетингу</i>   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Текст завдання      | Листок-вкладка до препарату повинен містити коротку характеристику ЛЗ і обов'язкову дату останнього перегляду інформації. Така інформація, згідно з вимогами законодавства ВООЗ, відноситься до такого рівня: |
| Правильна відповідь | Споживацький  |
| B                   | Фармакокінетичний   |
| C                   | Фармакологічний   |
| D                   | Фармакоеконічний  |
| E                   | Фармакодинамічний   |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Менеджмент і підприємництво</i>  |
| Текст завдання      | Молодий фахівець після закінчення ВНЗ влаштувався на роботу в аптеку. Через чотири місяці роботи він забажав піти у відпустку. Якої тривалості відпустку йому можна надати?                                   |
| Правильна відповідь | Пропорційно до відпрацьованого часу   |
| B                   | 1 тиждень   |
| C                   | 10 днів   |
| D                   | 14 днів   |
| E                   | 24 дні  |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління.</i>  |
| Текст завдання      | Сукупність організаційних, розпорядчих, дисциплінарних способів впливу керівника на виконавців відноситься до та-ких методів менеджменту:   |
| Правильна відповідь | Адміністративні   |
| B                   | Технологічні  |
| C                   | Соціально-психологічні  |
| D                   | Економічні  |
| E                   | Галузеві  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| №                   | крок 2017-2018   |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління.</i>   |
| Текст завдання      | Правління ВАТ "Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод" розробляє довготривалі та перспективні плани, встановлює стратегічні цілі підприємства. Представником якого рівня управління в ієрархії менеджменту є голова правління?                                |
| Правильна відповідь | Інституційний рівень   |
| В                   | Управлінський рівень   |
| С                   | Технічний рівень   |
| Д                   | Товарний рівень  |
| Е                   | Збутовий рівень  |
| №                   | крок 2017-2018   |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління.</i>   |
| Текст завдання      | На оптовій фармацевтичній фірмі "Медфарм" впроваджена система стимулювання праці менеджера, що реалізується нарахуванням бонусів за високі показники збуту з наступним матеріальним заохоченням. Таким чином, керівництво фірми використовує функцію управління: |
| Правильна відповідь | Мотивація  |
| В                   | Організація  |
| С                   | Контроль   |
| Д                   | Делегування  |
| Е                   | Планування   |
| №                   | крок 2017-2018   |
| Тема                | <i>Ціни, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних та аптечних підприємств. Збутова діяльність.</i>  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Текст завдання      | Фармацевтична фірма "Fitoprom" з метою збереження повного контролю за здійсненням торгових операцій на регіональному ринку будує свою збутову політику без застосування посередницької ланки. Метод збуту, що виключає послуги посередників, має назву: |
| Правильна відповідь | Прямий  |
| B                   | Комбінований  |
| C                   | Змішаний  |
| D                   | Опосередкований   |
| E                   | Непрямий  |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління.</i>  |
| Текст завдання      | Якому із стилів управління характерні такі риси: високий ступінь централізації повноважень і структуризації роботи підлеглих; обмеження свободи підлеглих щодо прийняття рішень, орієнтація на дотримання підлеглими численних правил та інструкцій?    |
| Правильна відповідь | Авторитарний  |
| B                   | Демократичний   |
| C                   | Спільний  |
| D                   | Ліберальний   |
| E                   | Безпосередній.  |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Маркетингові дослідження, політика комунікацій, маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг.</i>   |
| Текст завдання      | Встановіть тип маркетингового контролю, якщо відповідальними за його впровадження є вище керівництво і ревізор по маркетингу, а як метод контролю використовується ревізія маркетингу:  |
| Правильна відповідь | Стратегічний контроль   |



|                     |   |
|---------------------|---|
| B                   | Контроль прибутковості  |
| C                   | Контроль за реалізацією   |
| D                   | Контроль рентабельності   |
| E                   | -   |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Маркетингові дослідження, політика комунікацій, маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг.</i>   |
| Текст завдання      | Аптека "Доброго дня" з метою збільшення обсягів продажу препаратів запровадила систему знижок, за якою при купівлі лікарських засобів на суму 100 грн., споживачі отримують знижку 2%. Які маркетингові комунікації застосувала аптека? |
| Правильна відповідь | Стимулювання збуту, спрямоване на споживачів  |
| B                   | Стимулювання збуту, спрямоване на фармацевтичних посередників   |
| C                   | Персональні продажі   |
| D                   | "Паблік рілейшнз", спонсорство  |
| E                   | Стимулювання збуту, спрямоване на власний збутовий персонал   |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Товар в системі маркетингу</i>   |
| Текст завдання      | Відділом маркетингу фірми-виробника встановлено різке зниження рівня продажів лікарських засобів за певний період часу. Вкажіть вид маркетингу та завдання щодо управління маркетингом:   |
| Правильна відповідь | Ремаркетинг, підвищення попиту  |
| B                   | Синхромаркетинг, вирівнювання попиту  |
| C                   | Конверсійний маркетинг, формування попиту   |
| D                   | Демаркетинг, зниження попиту  |
| E                   | Протидіючий маркетинг, зниження попиту  |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Товар в системі маркетингу</i>   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Текст завдання      | Фармацевтична фірма виробляє лікарські препарати, знає своїх споживачів і має можливості постачання. Для якого типу сегменту характерна дана ситуація?   |
| Правильна відповідь | Ринкова ніша   |
| В                   | Ринок споживача  |
| С                   | Ринкове вікно  |
| D                   | Товарний ринок   |
| Е                   | Потенційний ринок  |
| №                   | крок 2017-2018   |
| Тема                | <i>Маркетингові дослідження, політика комунікацій, маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг.</i>  |
| Текст завдання      | В рекламному ролику, який демонструють по телебаченню, показано, як препарат проти застуди ефективно виліковує парубка, і той з радістю іде на довгоочікуване побачення. Вкажіть, на які мотиви покупки розрахований даний рекламний ролик:        |
| Правильна відповідь | Емоційні   |
| В                   | Раціональні  |
| С                   | Етичні   |
| D                   | Економічні   |
| Е                   | Моральні   |
| №                   | крок 2017-2018   |
| Тема                | <i>Ціни, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних та аптечних підприємств. Збутова діяльність</i>   |
| Текст завдання      | Спеціалісти відділу маркетингу фарма-цевтичного підприємства "Луга-фарм" на графіку відобразили валові витрати та ва-ловий дохід при різних рівнях обсягів про-дажів лікарського засобу. В даному випадку використаний такий метод ціноутво-рення: |
| Правильна відповідь | Беззбитковості   |
| В                   | Конкурентних цін   |
| С                   | З орієнтацією на попит   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| D                   | Націнок  |
| E                   | Тендерного ціноутворення   |
| №                   | крок 2017-2018   |
| Тема                | <i>Управління фармацевтичним маркетингом</i>   |
| Текст завдання      | Фармацевтична фірма провела дослідження ринку і встановила, що таблетованому препарату "Анальгін" надають перевагу люди пенсійного віку. За яким принципом здійснено сегментацію ринку?                  |
| Правильна відповідь | Соціально-демографічний  |
| B                   | Психографічний   |
| C                   | Поведінковий   |
| D                   | Економічний  |
| E                   | Географічний   |
| №                   | крок 2017-2018   |
| Тема                | <i>Управління фармацевтичним маркетингом</i>   |
| Текст завдання      | Фармацевтичною фірмою проведено розподіл споживачів на групи залежно від статі, віку, складу і розміру сім'ї. Який принцип сегментування ринку ЛЗ лежить в основі такого поділу?                         |
| Правильна відповідь | Демографічний  |
| B                   | Географічний   |
| C                   | Соціально-економічний  |
| D                   | Психографічний   |
| E                   | Поведінковий   |
| №                   | крок 2017-2018   |
| Тема                | <i>Управління фармацевтичним маркетингом</i>   |
| Текст завдання      | З метою зменшення підприємницьких ризиків керівництво фармацевтичної фірми розширює свою діяльність шляхом проникнення у нові сфери (відкриття спортивно-оздоровчого центру). Як називається цей процес? |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Правильна відповідь | Диверсифікація  |
| B                   | Інтенсифікація  |
| C                   | Конгломерація   |
| D                   | Модернізація  |
| E                   | Інтеграція  |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>   |
| Текст завдання      | На фармацевтичному підприємстві "Вірго" контролюється надходження ЛЗ за кількістю і якістю. Визначте вид контролю:                  |
| Правильна відповідь | Попередній  |
| B                   | Поточний  |
| C                   | Заключний   |
| D                   | Стандартний   |
| E                   | Ефективний  |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Менеджмент і підприємництво</i>  |
| Текст завдання      | Провізор аптеки має II кваліфікаційну категорію. Яке навчання необхідно пройти провізору для отримання I кваліфікаційної категорії? |
| Правильна відповідь | Передатестаційний цикл  |
| B                   | Інтернатура   |
| C                   | Стажування  |
| D                   | Спеціалізація   |
| E                   | -   |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>   |
| Текст завдання      | До завідувача аптеки звернувся провізор з проханням підвищити заробітну плату. Завідувач відмовляє. Визначте тип конфлікту:         |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Правильна відповідь | Міжособистісний  |
| B                   | Внутрішньоособистісний   |
| C                   | Дисфункціональний  |
| D                   | Міжгруповий  |
| E                   | Між особистістю і групою   |
| №                   | крок 2017-2018   |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>  |
| Текст завдання      | Менеджер відділу збуту фармацевтичної фірми отримав завдання у десятиденний термін провести контроль виконання збутової програми. Працівник виконав завдання за 5 днів та сподівається отримати винагороду у вигляді премії. Яка теорія мотивації ґрунтується на очікуванні пев-ної події? |
| Правильна відповідь | Теорія очікувань В.Врума   |
| B                   | Ієрархія потреб А.Маслоу   |
| C                   | Двофакторна теорія Ф.Герцберга   |
| D                   | Теорія потреб Мак-Клелланда  |
| E                   | Теорія "Х" та "У" Д.Мак-Грегора  |
| №                   | крок 2017-2018   |
| Тема                | <i>Менеджмент і підприємництво</i>   |
| Текст завдання      | Іноземний інвестор хоче створити в Україні разом з вітчизняною фармацевтичною фірмою підприємство з іноземними інвестиціями. Мінімальна іноземна інвестиція повинна становити не менше ніж:  |
| Правильна відповідь | 10%  |
| B                   | 5%   |
| C                   | 25%  |
| D                   | 50%  |
| E                   | 75%  |
| №                   | крок 2017-2018   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>   |
| Текст завдання      | Оптова фармацевтична фірма впроваджує у свою діяльність належну практику дистрибуції (GDP). Якого чинника внутрішнього середовища фірми у першу чергу стосується цей процес?                                    |
| Правильна відповідь | Технологія  |
| В                   | Структура   |
| С                   | Ціль  |
| D                   | Завдання  |
| Е                   | Люди  |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Маркетингові дослідження, політика комунікацій, маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг.</i>   |
| Текст завдання      | Фармацевтична фірма-виробник за даними екологічного рейтингу займає лідируюче місце серед найбільш "зелених" підприємств регіону. На якій концепції маркетингу фірма будує свої взаємовідносини зі споживачами? |
| Правильна відповідь | Соціально-етичний маркетинг   |
| В                   | Удосконалення лікарського засобу  |
| С                   | Інтенсифікації комерційних зусиль   |
| D                   | Удосконалення виробництва   |
| Е                   | Інтегрованого маркетингу  |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Маркетингові дослідження, політика комунікацій, маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг.</i>   |
| Текст завдання      | Компанія Санофі як Національний спонсор Всесвітнього дня боротьби з діабетом надала підтримку в поширенні матеріалів про організацію правильного харчування людей з діабетом. Така діяльність називається:      |
| Правильна відповідь | Паблік рилейшнз   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| В                   | Доброчинність   |
| С                   | Реклама фірми   |
| D                   | Лобіювання інтересів фірми  |
| Е                   | Консолідація  |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Товар в системі маркетингу</i>   |
| Текст завдання      | Фармацевтичне підприємство планує запропонувати традиційні ЛЗ на нових ринках. Якою маркетинговою можливістю, згідно з матрицею Ансоффа, воно при цьому скористається?  |
| Правильна відповідь | Розширення меж ринку (розвитку ринку)   |
| В                   | Більш глибоке проникнення на ринок  |
| С                   | Розвиток лікарських засобів   |
| D                   | Диверсифікація  |
| Е                   | Консолідація  |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>   |
| Текст завдання      | Завідувач аптеки проектує організаційну структуру аптеки та розробляє функціонально-посадові інструкції працівників. Дані заходи відповідають таким методам управління: |
| Правильна відповідь | Організаційні   |
| В                   | Економічні  |
| С                   | Правові   |
| D                   | Методи моделювання  |
| Е                   | Соціально-психологічні  |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>   |
| Текст завдання      | Процес стратегічного планування фармацевтичних підприємств складається з послідовних етапів. Який етап процесу стратегічного планування є першочерговим?                |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Правильна відповідь | Визначення місії і візії   |
| B                   | Встановлення цілей   |
| C                   | Оцінка й аналіз зовнішнього середовища   |
| D                   | Аналіз внутрішніх сильних і слабких сторін організації   |
| E                   | Вибір стратегії  |
| №                   | крок 2017-2018   |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>  |
| Текст завдання      | Провізор звернувся до завідувача аптеки з пропозицією щодо запровадження додаткової послуги - вимірювання артеріального тиску. Визначте вид комунікацій:                   |
| Правильна відповідь | Вертикальні за висхідною   |
| B                   | Вертикальні за низхідною   |
| C                   | Зовнішні   |
| D                   | Однорівневі  |
| E                   | Горизонтальні  |
| №                   | крок 2017-2018   |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>  |
| Текст завдання      | Менеджер оптової фармацевтичної фірми відповідає за доведення завдань безпосередньо до виконавців та контролює їх виконання. Якому рівню управління відповідають такі дії? |
| Правильна відповідь | Технічний  |
| B                   | Управлінський  |
| C                   | Інституційний  |
| D                   | Вищої ланки  |
| E                   | Середньої ланки  |
| №                   | крок 2017-2018   |
| Тема                | <i>Маркетингові дослідження, політика комунікацій, маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг.</i>  |



|                     |   |
|---------------------|---|
| Текст завдання      | В аптеках мережі "Світанок" змінено викладку лікарських засобів у вітринах і полицях для вивчення впливу заходів з мерчандайзингу на зміну обсягів збуту лікарських препаратів. Який метод маркетингових досліджень використаний? |
| Правильна відповідь | Експеримент   |
| В                   | Панель  |
| С                   | Опитування  |
| Д                   | Спостереження   |
| Е                   | -   |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Менеджмент і підприємництво</i>  |
| Текст завдання      | Фармацевтичне підприємство здійснює маркетинговий аудит. Який фактор вивчається при аудиті макросередовища підприємства?  |
| Правильна відповідь | Стан економіки в країні   |
| В                   | Переваги споживачів   |
| С                   | Ціни конкурентів  |
| Д                   | Пропозиції постачальників   |
| Е                   | -   |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Ціни, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних та аптечних підприємств. Збутова діяльність.</i>   |
| Текст завдання      | Фармацевтичне підприємство знизило ціну на лікарський препарат в умовах загострення конкуренції та зниження попиту на ЛЗ. Яку мету ціноутворення має дане підприємство?   |
| Правильна відповідь | Забезпечення виживання підприємства   |
| В                   | Максимізація прибутку   |
| С                   | Формування іміджу як виробника висо-коякісних ЛЗ  |
| Д                   | Завоювання лідерства за якістю ЛЗ   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Е                   | -  |
| №                   | крок 2017-2018   |
| Тема                | <i>Менеджмент і підприємництво</i>   |
| Текст завдання      | З метою консолідації сил зі створення та виробництва нового лікарського засобу відбулося тимчасове об'єднання науково-виробничої фармацевтичної фірми "Астерія" та банківської установи "Енерго". Визначте вид такого господарського об'єднання:                                     |
| Правильна відповідь | Консорціум   |
| В                   | Асоціація  |
| С                   | Холдинг  |
| Д                   | Корпорація   |
| Е                   | Концерн  |
| №                   | крок 2017-2018   |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>  |
| Текст завдання      | Аналіз внутрішнього середовища фармацевтичного підприємства виявив такі риси організації: динамічність, гнучкість організаційної структури управління, самоконтроль, демократизацію комунікацій. До якого типу організацій за характером адаптації до змін належить це підприємство? |
| Правильна відповідь | Органістичні   |
| В                   | Механістичні   |
| С                   | Комбіновані  |
| Д                   | Неформальні  |
| Е                   | -  |
| №                   | крок 2017-2018   |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>  |
| Текст завдання      | До якої змінної внутрішнього середовища аптеки "Провізор" відносять спосіб перетворення вхідних матеріалів (лікарські засоби у вигляді "ангро") у кінцевий продукт (готові лікарські форми)?   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Правильна відповідь | Технології  |
| B                   | Цілі  |
| C                   | Завдання  |
| D                   | Структура   |
| E                   | Люди  |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>   |
| Текст завдання      | В аптечній мережі регулярно перевіряється робота провізорів та фармацевтів щодо дотримання стандартів обслуговування та обговорюються проблеми, які виникають під час роботи. Якому виду контролю відповідає така діяльність? |
| Правильна відповідь | Поточний  |
| B                   | Попередній  |
| C                   | Завершальний  |
| D                   | Фінансовий  |
| E                   | -   |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>   |
| Текст завдання      | Керівник аптеки є харизматичною особистістю, його енергійність, зовнішність, освіченість та манера поведінки приваблюють підлеглих. Визначте форму влади, яка при цьому використовується:                                     |
| Правильна відповідь | Влада прикладу (еталонна)   |
| B                   | Традиційна влада  |
| C                   | Влада винагороди  |
| D                   | Влада примушування або страху   |
| E                   | -   |
| №                   | крок 2017-2018  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Тема                | <i>Маркетингові дослідження, політика комунікацій, маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг.</i>                                     |
| Текст завдання      | Паблік рилейшнз є важливим елементом комплексу маркетингових комунікацій фармацевтичних підприємств. До засобів паблік рилейшнз належить: |
| Правильна відповідь | Участь у роботі конференцій   |
| B                   | Преміальні продажі  |
| C                   | Знижки  |
| D                   | Розміщення рекламних матеріалів в аптеці  |
| E                   | Розміщення ЛЗ у вітринах і на полицях   |
| №                   | крок 2017-2018  |
| Тема                | <i>Маркетингові дослідження, політика комунікацій, маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг.</i>                                     |
| Текст завдання      | Вкажіть засоби стимулювання збуту, які можуть використовуватись в аптеках для споживачів:   |
| Правильна відповідь | Знижки  |
| B                   | Моральні стимули  |
| C                   | Премії, подяки  |
| D                   | Конкурси для фахівців   |
| E                   | –   |
| №                   | Крок 2019   |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>   |
| Текст завдання      | В процесі еволюції фармацевтична організація формує свою культуру. Культура фармацевтичної організації ґрунтується на:                    |
| Правильна відповідь | Цінностях, традиціях, нормах поведінки, властивих членам організації  |
| B                   | Належних фармацевтичних практиках   |
| C                   | Чинному законодавстві   |
| D                   | Особливостях виробництва  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Е                   | Ліцензійних умовах   |
| №                   | Крок 2019  |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>  |
| Текст завдання      | На підставі дослідження ринку керівник фармацевтичного підприємства разом з групою маркетологів приймають рішення розробити заходи з підвищення конкурентоспроможності ЛЗ фірми. Таке рішення називається: |
| Правильна відповідь | Колегіальним   |
| В                   | -  |
| С                   | Одноосібним  |
| Д                   | Інтуїтивним  |
| Е                   | Особистим  |
| №                   | Крок 2019  |
| Тема                | <i>Маркетингові дослідження, політика комунікацій, маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг.</i>  |
| Текст завдання      | Провізор здійснює дослідження фармацевтичного ринку, використавши наукову періодичну літературу та статистичні дані. Який вид маркетингових досліджень при цьому здійснюється?                             |
| Правильна відповідь | Кабінетні дослідження  |
| В                   | Панельні дослідження   |
| С                   | Опитування   |
| Д                   | Спостереження  |
| Е                   | Польові дослідження  |
| №                   | Крок 2019  |
| Тема                | <i>РОЗДІЛ Ціни, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних та аптечних підприємств. Збутова діяльність.</i>   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Текст завдання      | Завдання фармацевтичної логістики передбачають рекламу ЛЗ, пошук споживачів, укладання договорів, сервісне обслуговування, транспортування. Визначте вид логістики:                     |
| Правильна відповідь | Збутова   |
| В                   | Кадрова   |
| С                   | Інформаційна  |
| D                   | Виробнича   |
| Е                   | Закупівельна  |
| №                   | Крок 2019   |
| Тема                | <i>Товар в системі маркетингу</i>   |
| Текст завдання      | Відділом маркетингу фірми-виробника встановлено різке зниження рівня продажів лікарських засобів за певний період часу. Вкажіть вид маркетингу та завдання щодо управління маркетингом: |
| Правильна відповідь | Ремаркетинг, підвищення попиту  |
| В                   | Синхромаркетинг, вирівнювання попиту  |
| С                   | Протидіючий маркетинг, зниження попиту  |
| D                   | Конверсійний маркетинг, формування попиту   |
| Е                   | Демаркетинг, зниження попиту  |
| №                   | Крок 2019   |
| Тема                | <i>РОЗДІЛ Ціни, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних та аптечних підприємств. Збутова діяльність.</i>  |
| Текст завдання      | Графік залежності "ціна-попит" представлений горизонтальною лінією. Вкажіть вид попиту:   |
| Правильна відповідь | Абсолютно еластичний  |
| В                   | Нееластичний  |
| С                   | Абсолютно нееластичний  |
| D                   | Еластичний  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Е                   | Унітарний   |
| №                   | Крок 2019   |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>   |
| Текст завдання      | Процес стратегічного планування фармацевтичних підприємств складається з послідовних етапів. Який етап процесу стратегічного планування є першочерговим?  |
| Правильна відповідь | Визначення місії і візії  |
| В                   | Вибір стратегії   |
| С                   | Встановлення цілей  |
| D                   | Аналіз внутрішніх сильних і слабких сторін організації  |
| Е                   | Оцінка й аналіз зовнішнього середовища  |
| №                   | крок 2019   |
| Тема                | <i>Управління фармацевтичним маркетингом</i>  |
| Текст завдання      | Відділ маркетингу підприємства "Вірсавія" що спеціалізується на випуску антивікових лікарських косметичних засобів, розподілив споживачів на групи в залежності від статі та віку. Який принцип сегментації ринку закладено в основу даного поділу? |
| Правильна відповідь | Демографічний   |
| В                   | Поведінковий  |
| С                   | Географічний  |
| D                   | Мотиваційний  |
| Е                   | Психографічний  |
| №                   | Крок 2019   |
| Тема                | <i>Ціни, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних та аптечних підприємств. Збутова діяльність.</i>   |
| Текст завдання      | Вітчизняне фармацевтичне підприємство впроваджує на ринок генеричний лікарський препарат за ціною значно нижчою, ніж ціна зарубіжних аналогів. Яку стратегію ціноутворення використовує вітчизняний виробник?                                       |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Правильна відповідь | Глибокого проникнення на ринок   |
| B                   | Слідування за лідером  |
| C                   | ”Зняття вершків”   |
| D                   | Тендерного ціноутворення   |
| E                   |  |
| №                   | крок 2019  |
| Тема                | <i>Менеджмент та маркетинг у фармації</i>  |
| Текст завдання      | Відділом маркетингу фармацевтичної фірми встановлено, що при незначному підвищенні ціни на лікарський засіб попит на нього значно знизився. Визначте вид попиту: <i>Ціни, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних та аптечних підприємств. Збутова діяльність.</i> |
| Правильна відповідь | Еластичний   |
| B                   | Нееластичний   |
| C                   | Нераціональний   |
| D                   | Раціональний   |
| E                   | Унітарний  |
| №                   | Крок 2019  |
| Тема                | <i>Менеджмент і підприємництво</i>   |
| Текст завдання      | Замовлена підприємством перевірка обліку первинних документів та іншої інформації про фінансово-господарську діяльність суб’єктів господарювання з метою визначення достовірності їх звітності, обліку, повноти називається:   |
| Правильна відповідь | Аудит  |
| B                   | Інспектування  |
| C                   | Фінансовий аналіз  |
| D                   | Експертиза   |
| E                   | Бухгалтерський облік   |
| №                   | Крок 2019  |



|                     |  |
|---------------------|--|
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>  |
| Текст завдання      | Завідувач аптекою "Екофарм" частину своїх повноважень передав своєму заступнику. Процес передачі повноважень підлеглим керівниками на виконання спеціальних завдань - це:                    |
| Правильна відповідь | Делегування повноважень  |
| В                   | -  |
| С                   | Зняття повноважень   |
| D                   | Звуження повноважень   |
| Е                   | Ліквідація повноважень   |
| №                   | Крок 2019  |
| Тема                | <i>Товар в системі маркетингу</i>  |
| Текст завдання      | Фармацевтична фірма, що випускала ЛЗ у вигляді крапель для носа у флаконах, освоїла випуск цього ЛЗ у вигляді спрею. На якій концепції маркетингу фірма буде взаємовідносини зі споживачами? |
| Правильна відповідь | Удосконалення лікарського засобу   |
| В                   | Удосконалення виробництва  |
| С                   | Удосконалення системи збуту  |
| D                   | Соціальноетичного маркетингу   |
| Е                   | Інтенсифікації комерційних зусиль  |
| №                   | Крок 2019  |
| Тема                | <i>Менеджмент і підприємництво</i>   |
| Текст завдання      | У зв'язку з відкриттям регіональних підрозділів фармацевтична компанія здійснює набір медичних представників. Який з перелічених етапів відбору персоналу є, як правило, завершальним?       |
| Правильна відповідь | Цільова співбесіда   |
| В                   | Телефонне інтерв'ю   |
| С                   | Ознайомлювальна співбесіда   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| D                   | Надання резюме   |
| E                   | Заповнення анкети  |
| №                   | Крок 2019  |
| Тема                | <i>Маркетингові дослідження, політика комунікацій, маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг.</i>  |
| Текст завдання      | При розробці нового лікарського препарату фахівці відділу маркетингу фармацевтичної фірми провели одно-разове дослідження, у ході якого з'ясо-вували ставлення лікарів до наявних на ринку препаратів. Який метод маркетингових досліджень використаний? |
| Правильна відповідь | Опитування   |
| B                   | Спостереження  |
| C                   | Експеримент  |
| D                   | Тестування   |
| E                   | Панель   |
| №                   | Крок 2019  |
| Тема                | <i>Менеджмент і підприємництво</i>   |
| Текст завдання      | Фармацевтичне підприємство планує збут власної продукції в іншій країні шляхом передачі її у власність закордонного посередника. Визначте форму виходу підприємства на закордонний ринок:  |
| Правильна відповідь | Експорт  |
| B                   | Спільне підприємництво   |
| C                   | Прямі інвестиції   |
| D                   | Ліцензування   |
| E                   | Франчайзинг  |
| №                   | Крок 2019  |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Текст завдання      | Завідувачем аптеки до провізора висуваються суперечливі вимоги щодо його роботи, в результаті чого у працівника виникли емоційне перевантаження, невпевненість у собі та стрес. Який конфлікт виник при цьому? |
| Правильна відповідь | Внутрішньоособистісний   |
| B                   | -  |
| C                   | Міжгруповий  |
| D                   | Між особою і групою  |
| E                   | Міжорганізаційний  |
| №                   | Крок 2019  |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>  |
| Текст завдання      | Завідувач аптеки гнучко використовує систему методів управління аптечним підприємством. Який з вказаних заходів відповідає сутності методів організаційного впливу?  |
| Правильна відповідь | Чіткий розподіл завдань між виконавцями  |
| B                   | Матеріальні стимули (доплати, надбавки, премії)  |
| C                   | Задоволення культурних та соціально-побутових потреб працівників   |
| D                   | Підвищення по службі   |
| E                   | Крок 2019  |
| №                   | <i>Організація як об'єкт управління.</i>   |
| Тема                | Фармацевтична організація здійснює свою діяльність в умовах складного зовнішнього середовища. Який з факторів безпосередньо впливає на роботу організації?   |
| Текст завдання      | Закони і державні органи   |
| Правильна відповідь | Соціокультурні фактори   |
| B                   | Стан економіки   |
| C                   | Політичні фактори  |
| D                   | Міжнародні події   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Е                   |  |
| №                   | Крок 2019  |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління.</i>   |
| Текст завдання      | Менеджер оптової фармацевтичної фірми відповідає за доведення завдань безпосередньо до виконавців та контролює їх виконання. Якому рівню управління відповідають такі дії?                     |
| Правильна відповідь | Технічний  |
| В                   | Середньої ланки  |
| С                   | Вищої ланки  |
| D                   | Управлінський  |
| Е                   | Інституційний  |
| №                   | Крок 2019  |
| Тема                | <i>Маркетингові дослідження, політика комунікацій, маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг.</i>  |
| Текст завдання      | Фармацевтична компанія використовує різні види реклами. Для якого засобу розповсюдження реклами характерна відсутність вибіркової аудиторії?   |
| Правильна відповідь | Зовнішня реклама   |
| В                   | Реклама для спеціалістів   |
| С                   | -  |
| D                   | Сувенірна реклама  |
| Е                   | Поштові листівки, буклети  |
| №                   | Крок 2019  |
| Тема                | <i>Товар в системі маркетингу</i>  |
| Текст завдання      | Вивчення стану стратегічних господарських одиниць (лікарських засобів) фармацевтичної фірми, яке передбачає врахування їх ринкової частки та темпів зростання ринку, проводиться за допомогою: |
| Правильна відповідь | Матриці Бостон консалтинг груп   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| В                   | XYZ-аналізу   |
| С                   | Загальної конкурентної матриці Портера  |
| Д                   | Матриці Ансоффа   |
| Е                   | VEN-аналізу   |
| №                   | Крок 2019   |
| Тема                | <i>Менеджмент і підприємництво</i>  |
| Текст завдання      | На новоствореному фармацевтичному підприємстві "Авіценна" передбачено цілодобовий режим роботи. Яку категорію працівників <b>ЗАБОРОНЕНО</b> залучати до роботи у нічний час?  |
| Правильна відповідь | Осіб, молодше 18 років (неповнолітніх)  |
| В                   | Осіб пенсійного віку  |
| С                   | -   |
| Д                   | Осіб, молодше 30 років  |
| Е                   | Осіб, молодше 25 років  |
| №                   | Крок 2019   |
| Тема                | <i>Товар в системі маркетингу</i>   |
| Текст завдання      | При аналізі обсягів реалізації лікарського препарату встановлено, що препарат випускається великими партиями, обсяги продажів зростають, але темпи росту уповільнюються, зростає кількість конкурентів. На якому етапі життєвого циклу перебуває лікарський препарат? |
| Правильна відповідь | Зрілість  |
| В                   | Спад  |
| С                   | Впровадження  |
| Д                   | Зростання   |
| Е                   | Розробка  |
| №                   | Крок 2019   |
| Тема                | <i>Менеджмент і підприємництво</i>  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Текст завдання      | З оптової фармацевтичної фірми "Схід-Фармація" за останній рік за власним бажанням звільнилось 10% спів-робітників, які влаштувались на роботу до фірми-конкурента "Схід-оптима".<br>Індивідуальні пересування працівників з фірми "Схід-Фармація" до фірми "Схід-оптима" є: |
| Правильна відповідь | Плинністю кадрів   |
| B                   | Мотивуванням кадрів  |
| C                   | Атестацією кадрів  |
| D                   | Динамікою кадрів   |
| E                   | Ротацією кадрів  |
| №                   | Крок 2019  |
| Тема                | <i>Менеджмент і підприємництво</i>   |
| Текст завдання      | Іноземний інвестор хоче створити в Україні разом з вітчизняною фармацевтичною фірмою підприємство з іноземними інвестиціями. Мінімальна іноземна інвестиція повинна становити <b>НЕ МЕНШЕ</b> , ніж:   |
| Правильна відповідь | 10%  |
| B                   | 75%  |
| C                   | 25%  |
| D                   | 5%   |
| E                   | 50%  |
| Тема                | <i>РОЗДІЛ Ціни, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних та аптечних підприємств. Збутова діяльність.</i>   |
| Текст завдання      | Маркетингова дослідницька фірма порівнювала різні лікарські засоби, що містять сальбутамол, за такими параметрами як: вартість курсу лікування, ширина каналу розподілу, кратність прийомів ЛЗ тощо. Вона визначала:   |
| Правильна відповідь | Конкурентоспроможність ЛЗ  |
| B                   | Якість ЛЗ  |
| C                   | Етап життєвого циклу ЛЗ  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| D                   | Стабільність ринку  |
| E                   | Рівень новизни ЛЗ   |
| №                   | Крок 2020   |
| Тема                | <i>Ціни, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних та аптечних підприємств. Збутова діяльність.</i>   |
| Текст завдання      | При ціноутворенні фармацевтична компанія враховує внутрішні та зовнішні фактори. Що з наведеного належить до зовнішніх факторів?  |
| Правильна відповідь | Державне регулювання ціноутворення  |
| B                   | Етап життєвого циклу ЛЗ   |
| C                   | Витрати на виробництво ЛЗ   |
| D                   | Маркетингова стратегія комунікацій  |
| E                   | Цілі маркетингу компанії  |
| №                   | крок 2020   |
| Тема                | <i>Управління фармацевтичним маркетингом</i>  |
| Текст завдання      | Відділ маркетингу підприємства "Афродіта" що спеціалізується на випуску антивікових лікарських косметичних засобів, розподілив споживачів на групи в залежності від статі та віку. Який принцип сегментації ринку закладено в основу даного поділу? |
| Правильна відповідь | Демографічний   |
| B                   | Поведінковий  |
| C                   | Географічний  |
| D                   | Психографічний  |
| E                   | Соціально-економічний   |
| №                   | Крок 2020   |
| Тема                | <i>Ціни, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних та аптечних підприємств. Збутова діяльність.</i>   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Текст завдання      | Відділом маркетингу фармацевтичної фірми встановлено, що при незначному підвищенні ціни на лікарський засіб попит на нього значно знизився. Визначте вид попиту:        |
| Правильна відповідь | Еластичний  |
| B                   | Раціональний  |
| C                   | Нераціональний  |
| D                   | Унітарний   |
| E                   | Нееластичний  |
| №                   | крок 2020   |
| Тема                | <i>Менеджмент у фармації</i>  |
| Текст завдання      | Керівництво фармацевтичного підприємства проводить внутрішній аудит на дотримання вимог Належної виробничої практики. Яку функцію менеджменту використовує керівництво? |
| Правильна відповідь | Контролювання   |
| B                   | Мотивування   |
| C                   | Планування  |
| D                   | Організація   |
| E                   | Регулювання   |
| №                   | Крок 2020   |
| Тема                | <i>Товар в системі маркетингу</i>   |
| Текст завдання      | Сукупність властивостей, які надають лікарським засобам здатність задовольняти згідно з їх призначенням потреби споживачів називається?                                 |
| Правильна відповідь | Якість лікарського засобу   |
| B                   | Фармакологічна дія  |
| C                   | Маркування лікарських засобів   |
| D                   | Товарний вигляд   |
| E                   | Зовнішній вигляд  |



|                     |   |
|---------------------|---|
| №                   | Крок 2020   |
| Тема                | <i>Менеджмент і підприємництво</i>  |
| Текст завдання      | Провізору було видано заробітну плату в підвищеному розмірі з урахуванням роботи в нічний час. За роботу в який саме час була здійснена доплата?      |
| Правильна відповідь | З 22.00 до 6.00 години  |
| В                   | З 21.00 до 6.00 години  |
| С                   | З 20.00 до 7.00 години  |
| D                   | З 24.00 до 8.00 години  |
| Е                   | З 23.00 до 7.00 години  |
| №                   | Крок 2020   |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>   |
| Текст завдання      | Керівник підприємства регламентує діяльність працівників за допомогою розпоряджень, правил, інструкцій. Які методи менеджменту використовує керівник? |
| Правильна відповідь | Організаційні   |
| В                   | Економічні  |
| С                   | Технологічні  |
| D                   | Соціально-психологічні  |
| Е                   | Перспективні  |
| №                   | Крок 2020   |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>   |
| Текст завдання      | Завідувач аптеки використовує приєми впливу, що враховують майнові та фінансові інтереси працівників. Які методи менеджменту використовує завідувач?  |
| Правильна відповідь | Економічні  |
| В                   | Суспільно-політичні   |
| С                   | Адміністративні   |
| D                   | Технологічні  |
| Е                   | Соціально-психологічні  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| №                   | Крок 2020  |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>  |
| Текст завдання      | На фармацевтичному підприємстві сформувалася група любителів велоспорту. Така група називається:   |
| Правильна відповідь | Неформальною   |
| В                   | Виробничою   |
| С                   | Господарською  |
| Д                   | Формальною   |
| Е                   | Комітетом  |
| №                   | Крок 2020  |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління.</i>   |
| Текст завдання      | Фармацевтичне підприємство забезпечує своїх працівників безкоштовними обідами. Які потреби працівників з погляду теорії мотивації А. Маслоу воно намагається задовольнити?   |
| Правильна відповідь | Фізіологічні   |
| В                   | У самореалізації   |
| С                   | Безпеки та захищеності   |
| Д                   | Суспільні  |
| Е                   | У повазі   |
| №                   | Крок 2020  |
| Тема                | <i>Організація як об'єкт управління.</i>   |
| Текст завдання      | Аналіз внутрішнього середовища фармацевтичного підприємства виявив такі риси організації: динамічність, гнучкість організаційної структури управління, самоконтроль, демократизацію комунікацій. До якого типу організацій за характером адаптації до змін належить це підприємство? |
| Правильна відповідь | Органістичні   |
| В                   | Механістичні   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| С                   | Комбіновані   |
| D                   | Неформальні   |
| Е                   |   |
| №                   | Крок 2020   |
| Тема                | <i>Маркетингові дослідження, політика комунікацій, маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг.</i>   |
| Текст завдання      | Фармацевтична фірма-виробник, за даними екологічного рейтингу є лідером серед найбільш "зелених" підприємств регіону. На якій концепції маркетингу фірма будує свої відносини зі споживачами? |
| Правильна відповідь | Соціально-етичний маркетинг   |
| В                   | Інтегрований маркетинг  |
| С                   | Вдосконалення лікарського засобу  |
| D                   | Інтенсифікації комерційних зусиль   |
| Е                   | Вдосконалення виробництва   |
| №                   | Крок 2020   |
| Тема                | <i>Товар в системі маркетингу</i>   |
| Текст завдання      | Фармацевтична фірма "Фармастар", розробляє нові лікарські форми для своїх лікарських засобів. Який це напрямок розвитку маркетингової товарної політики?                                      |
| Правильна відповідь | Модернізація  |
| В                   | Модифікація товару  |
| С                   | Скорочення  |
| D                   | Диверсифікація  |
| Е                   | Диференціація   |
| №                   | Крок 2020   |
| Тема                | <i>Товар в системі маркетингу</i>   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Текст завдання      | Вітчизняне фармацевтичне підприємство впроваджує на ринок генеричний лікарський препарат за ціною значно нижчою, ніж ціна зарубіжних аналогів. Яку стратегію ціноутворення використовує вітчизняний виробник?      |
| Правильна відповідь | Глибокого проникнення на ринок   |
| В                   | "Зняття вершків"   |
| С                   | Слідування за лідером  |
| D                   | Тендерного ціноутворення   |
| Е                   |  |
| №                   | Крок 2020  |
| Тема                | <i>Маркетингові дослідження, політика комунікацій, маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг.</i>  |
| Текст завдання      | Фармацевтична компанія "Dr Ram", організовує науково-практичні конференції за участю лікарів та фармацевтичних працівників. Який елемент маркетингових комунікацій використовує ця фармацевтична компанія?         |
| Правильна відповідь | " Паблік рілейшенз"  |
| В                   | Персональні продажі  |
| С                   | Прямий маркетинг   |
| D                   | Стимулювання збуту   |
| Е                   | Мерчандайзинг  |
| №                   | Крок 2020  |
| Тема                | <i>Маркетингові дослідження, політика комунікацій, маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг.</i>  |
| Текст завдання      | Фармацевтична компанія " Бон-Фарм" завдяки постійній фінансовій підтримці міжнародних спортивних ігор стала добре відомою в Україні та в країнах близького зарубіжжя. Який напрямок діяльності описує ця ситуація? |
| Правильна відповідь | Спонсорство  |
| В                   | Паблісіті  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| С                   | Прямий маркетинг  |
| D                   | Лобіювання  |
| Е                   | Пропаганда продукції  |
| №                   | Крок 2020   |
| Тема                | <i>Менеджмент у фармації</i>  |
| Текст завдання      | Фармацевтична компанія "Тіт-фарм" забезпечує своїх працівників безкоштовним медичним обслуговуванням, надає пільгові путінки до санаторіїв. Яку функцію менеджменту виконує керівництво компанії? |
| Правильна відповідь | Мотивація   |
| В                   | Організація   |
| С                   | Планування  |
| D                   | Регулювання   |
| Е                   | Забезпечення  |
| №                   | Крок 2020   |
| Тема                | <i>Маркетингові дослідження, політика комунікацій, маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг.</i>   |
| Текст завдання      | Фармацевтичне підприємство планує збут власної продукції в іншій країні шляхом передачі її у власність закордонного посередника. Визначте форму виходу підприємства на закордонний ринок:         |
| Правильна відповідь | Експорт   |
| В                   | Франчайзинг   |
| С                   | Спільне підприємництво  |
| D                   | Прямі інвестиції  |
| Е                   | Ліцензування  |
| №                   | Крок 2020   |
| Тема                | <i>Товар в системі маркетингу</i>   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Текст завдання      | На фармацевтичний ринок України надійшов новий лікарський засіб, який характеризується низьким обсягом продажів, незначним прибутком, великими маркетинговими витратами на рекламу. У якій фазі життєвого циклу перебуває цей лікарський засіб?   |
| Правильна відповідь | Впровадження на ринок   |
| B                   | Зрілість  |
| C                   | Зростання   |
| D                   | Насичення   |
| E                   | Спад  |
| тема                | <i>Ціни, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних та аптечних підприємств. Збутова діяльність.</i>   |
| текст завдання      | Відділом маркетингу фармацевтичної фірми встановлено, що під час незначного підвищення ціни на лікарський засіб попит на нього значно знизився. Визначте вид попиту:  |
| Правильна відповідь | Еластичний  |
| B                   | Раціональний  |
| C                   | Унітарний   |
| D                   | Нееластичний  |
| E                   | Нераціональний  |
| №                   | Крок 2021   |
| тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>   |
| текст завдання      | Директор фармацевтичної фірми Фітофарм, що останнім часом вимушена зменшувати обсяги виробництва та скорочувати товарний асортимент, не лише не виявляє організаторських здібностей, але майже не цікавиться і практично не регулює діяльність підприємства. Визначте стиль керівництва, притаманний ди-ректорові підприємства. |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Правильна відповідь | Ліберальний   |
| В                   | Автократичний   |
| С                   | Директивний   |
| D                   | Авторитарний  |
| Е                   | Демократичний   |
| №                   | Крок 2021   |
| тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>   |
| текст завдання      | На фармацевтичному підприємстві сформувалася група прихильників велоспорту. Така група називається:   |
| Правильна відповідь | Неформальною  |
| В                   | Виробничою  |
| С                   | Комітетом   |
| D                   | Формальною  |
| Е                   | Господарською   |
| №                   | Крок 2021   |
| тема                | <i>Маркетингові дослідження, політика комунікацій, маркетинговий контроль. Міжнародний маркетинг.</i>   |
| текст завдання      | Фармацевтична компанія "Dr. Ram" організовує науково-практичні конференції за участю лікарів та фармацевтичних працівників. Який елемент маркетингових комунікацій використовує ця фармацевтична фірма? |
| Правильна відповідь | Паблік рілейшнз   |
| В                   | Мерчандайзинг   |
| С                   | Стимулювання збуту  |
| D                   | Персональний продаж   |
| Е                   | Прямий маркетинг  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| №                   | Крок 2021  |
| тема                | <i>Менеджмент і підприємництво</i>   |
| текст завдання      | З метою консолідації сил зі створення та виробництва нового лікарського засобу відбулося тимчасове об'єднання науково-виробничої фармацевтичної фірми "Астерія" та банківської установи "Енерго". Визначте вид такого господарського об'єднання: |
| Правильна відповідь | Консорціум   |
| B                   | Корпорація   |
| C                   | Холдинг  |
| D                   | Асоціація  |
| E                   | Концерн  |
| №                   | Крок 2021  |
| тема                | <i>Товар в системі маркетингу</i>  |
| текст завдання      | <i>Ціни, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних та аптечних підприємств. Збутова діяльність.</i>  |
| Правильна відповідь | Абсолютно еластичний   |
| B                   | Нееластичний   |
| C                   | Еластичний   |
| D                   | Абсолютно нееластичний   |
| E                   | Унітарний  |
| №                   | Крок 2021  |
| тема                | <i>Товар в системі маркетингу</i>  |
| текст завдання      | Шлях від виробника до кінцевого споживача лікарський засіб проходить за схемою: виробник —> гуртова фірма —> аптека —> кінцевий споживач. Визначте рівень  |
| Правильна відповідь | Дворівневий канал  |
| B                   | Однорівневий канал   |



|                     |  |
|---------------------|--|
| С                   | Чотирирівневий канал   |
| D                   | Канал нульового рівня  |
| Е                   |  |
| №                   | Крок 2021  |
| тема                | <i>Товар в системі маркетинга</i>  |
| текст завдання      | Фармацевтична компанія "Бон- фарм" завдяки постійній фінансовій підтримці міжнародних спортивних ігор стала добре відомою в Україні та в країнах близького зарубіжжя. Який напрям діяльності описує ця ситуація? |
| Правильна відповідь | Спонсорство  |
| В                   | Лобіювання   |
| С                   | Паблісіті  |
| D                   | Прямий маркетинг   |
| Е                   | Пропаганда продукції   |
| №                   | Крок 2021  |
| тема                | <i>Товар в системі маркетинга</i>  |
| текст заїдання      | Сукупність властивостей, які надають лікарським засобам здатність задовольняти згідно з їх призначенням потреби споживачів, називається?   |
| Правильна відповідь | Якість лікарського засобу  |
| В                   | Зовнішній вигляд   |
| С                   | Фармакологічна дія   |
| D                   | Товарний вигляд  |
| Е                   | Маркування лікарських засобів  |
| №                   | Крок 2021  |
| тема                | <i>Товар в системі маркетинга</i>  |
| текст завдання      | Фармацевтичне підприємство "Фармастар" розробляє нові лікаські форми для своїх лікарських засобів. Який це напрям розвитку маркетингової товарної політики?  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Правильна відповідь | Модифікація товару  |
| B                   | Диверсифікація  |
| C                   | Скорочення  |
| D                   | Диференціація   |
| E                   | Модернізація  |
| №                   | Крок 2021   |
| тема                | <i>Менеджмент і підприємництво</i>  |
| текст завдання      | Провізор аптеки має II кваліфікаційну категорію. Яке навчання треба пройти провізору для отримання I кваліфікаційної категорії?   |
| Правильна відповідь | Передатестаційний цикл  |
| B                   | Інтернатура   |
| C                   | Стажування  |
| D                   | Спеціалізація   |
| E                   | ----  |
| №                   | Крок 2021   |
| тема                | <i>Товар в системі маркетинга</i>   |
| текст завдання      | Фармацевтична фірма-виробник за даними екологічного рейтингу посідає провідне місце серед найбільш "зелених" підприємств регіону. На якій концепції маркетингу фірма будує свої відносини із споживачами? |
| Правильна відповідь | Соціально-етичний маркетинг   |
| B                   | Удосконалення виробництва   |
| C                   | Удосконалення лікарського засобу  |
| D                   | Інтегрований маркетинг  |
| E                   | Інтенсифікація комерційних зусиль   |
| №                   | Крок 2021   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| тема                | <i>Ціни, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних та аптечних підприємств. Збутова діяльність.</i>   |
| текст завдання      | Паблік рилейшнз є важливим елементом комплексу маркетингових комунікацій фармацевтичних підприємств. До засобів паблік рилейшнз належить  |
| Правильна відповідь | Участь у роботі конференцій   |
| В                   | Знижки  |
| С                   | Преміальні продажі  |
| D                   | Розміщення ЛЗ у вітринах і на полицях   |
| Е                   | Розміщення рекламних матеріалів   |
| №                   | Крок 2021   |
| тема                | <i>Товар в системі маркетинга</i>   |
| текст завдання      | На фармацевтичний ринок України надійшов новий лікарський засіб, який характеризується низьким обсягом продажів, незначним прибутком, великими маркетинговими витратами на рекламу. У якій фазі життєвого циклу перебуває цей лікарський засіб? |
| Правильна відповідь | Впровадження на ринок   |
| В                   | Насичення   |
| С                   | Зростання   |
| D                   | Зрілість  |
| Е                   | Спад  |
| №                   | Крок 2021   |
| тема                | <i>Менеджмент у фармації</i>  |
| текст завдання      | Керівництво фармацевтично підприємства проводить внутрішній аудит щодо дотримання вимог належної виробничої практики. Яку функцію менеджменту використовує керівництво?   |
| Правильна відповідь | Контролювання   |
| В                   | Регулювання   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| С                   | Мотивування   |
| D                   | Організація   |
| E                   | Планування  |
| №                   | Крок 2021   |
| тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>   |
| текст завдання      | З оптової фармацевтичної фірми "Схід-Фармація" протягом останнього року за власним бажанням звільнилось 10% співробітників, які влаштувались на роботу до фірми- конкурента "Схід-оптима".<br>Індивідуальне переміщення працівників з фірми "Схід-Фармація" до фірми "Схід-оптима" є: |
| Правильна відповідь | Плинністю кадрів  |
| B                   | Мотивуванням кадрів   |
| С                   | Ротацією кадрів   |
| D                   | Атестацією кадрів   |
| E                   | Динамікою кадрів  |
| №                   | Крок 2021   |
| тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>   |
| текст завдання      | На підставі дослідження ринку керівник фармацевтичного підприємства разом із групою маркетингологів ухвалює рішення розробити заходи з підвищення конкурентоспроможності ЛЗ фірми.<br>Таке рішення називається:   |
| Правильна відповідь | Колегіальним  |
| B                   | Особистим   |
| С                   | Інтуїтивним   |
| D                   | Одноосібним   |
| E                   | -----   |
| №                   | Крок 2021   |
| тема                | <i>Товар в системі маркетинга</i>   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| текст завдання      | Для виходу фармацевтичного підприємства на зарубіжний ринок аналізувалися традиції та звички, релігійна належність, цінності та рівень освіти місцевого населення. Які чинники середовища міжнародного маркетингу вивчалися? |
| Правильна відповідь | Соціокультурні   |
| B                   | Економічні   |
| C                   | Політичні  |
| D                   | Технологічні   |
| E                   | Правові  |
| №                   | Крок 2021  |
| тема                | <i>Організація як об'єкт управління</i>  |
| текст завдання      | Завідувач аптекою Екофарм частину своїх повноважень передав своєму заступнику. Процес передавання повноважень керівника підлеглим для виконання спеціальних завдань - це:  |
| Правильна відповідь | Делегування повноважень  |
| B                   | Ліквідація повноважень   |
| C                   | Зняття повноважень   |
| D                   | Звуження повноважень   |
| E                   | -----  |
| №                   | Крок 2022  |
| тема                | Менеджмент і підприємництво  |
| текст завдання      | Яка форма виходу фармацевтичного підприємства на закордонний ринок передбачає збут власної продукції в іншій країні шляхом передачі її у власність закордонного посередника?   |
| Правильна відповідь | Експорт  |
| B                   | Франчайзинг  |
| C                   | Прямі інвестиції   |
| D                   | Спільне підприємництво   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| Е                   | Ліцензування  |
| №                   | Крок 2022   |
| тема                | Товарна та інноваційна політика фармацевтичних підприємств  |
| текст завдання      | Фармацевтичне підприємство постійно впроваджує нові форми лікарських засобів відповідно до потреб ринку. Для якого напрямку маркетингової товарної політики підприємства це характерно?                               |
| Правильна відповідь | Модифікація товару  |
| В                   | Диференціація   |
| С                   | Модернізація  |
| Д                   | Скорочення  |
| Е                   | Диверсифікація  |
| №                   | Крок 2022   |
| тема                | Ціни, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних та аптечних підприємств.  |
| текст завдання      | Відділом маркетингу фармацевтичної фірми встановлено, що незначне підвищення ціни на лікарський засіб значно знизило попит на нього. Визначте вид попиту:   |
| Правильна відповідь | Еластичний  |
| В                   | Нееластичний  |
| С                   | Раціональний  |
| Д                   | Унітарний   |
| Е                   | Нераціональний  |
| №                   | Крок 2022   |
| тема                | Система маркетингових комунікацій   |
| текст завдання      | В аптеці приділяють значну увагу техніці розміщення лікарських засобів на вітринах та полицях із метою створення сприятливих умов для продажу та привернення уваги споживачів. Як називається такий комплекс заходів? |
| Правильна відповідь | Мерчендайзинг   |
| В                   | Паблік релейшнз   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| С                   | Реклама   |
| D                   | Лобіювання  |
| Е                   | Персональний продаж   |
| №                   | Крок 2022   |
| тема                | Управління фармацевтичним маркетингом   |
| текст завдання      | Маркетингове дослідження виявило, що основну групу споживачів венотонічних лікарських засобів становлять жінки віком від 40 до 60 років. За яким принципом проведено сегментацію ринку?     |
| Правильна відповідь | Демографічним   |
| В                   | Географічним  |
| С                   | -   |
| D                   | Психографічним  |
| Е                   | Поведінковим  |
| №                   | Крок 2022   |
| тема                | Ціни, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних та аптечних підприємств.  |
| текст завдання      | Який метод ціноутворення застосовує керівництво аптеки, якщо під час формування ціни на фармацевтичну продукцію воно орієнтується на ціни найближчих аптек, а не на власні витрати і попит? |
| Правильна відповідь | Метод поточних цін  |
| В                   | Метод встановлення ціни з орієнтацією на попит  |
| С                   | Витратний метод   |
| D                   | Метод тендерного ціноутворення  |
| Е                   | Метод беззбитковості  |
| №                   | Крок 2022   |
| тема                | Організація як об'єкт управління  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| текст завдання      | Фармацевтичні корпорації приділяють велику увагу формуванню сукупності цінностей, традицій та норм поведінки усіх співробітників підприємств. Що формує така організаційна діяльність корпорацій?  |
| Правильна відповідь | Культуру організації   |
| В                   | Диверсифікацію виробництва   |
| С                   | Розширення бізнесу   |
| D                   | Прибутковість організації  |
| Е                   | Лізинг персоналу   |
| №                   | Крок 2022  |
| тема                | Система маркетингових комунікацій  |
| текст завдання      | В аптечній мережі протягом 2 тижнів проводиться розіграш подарунків серед відвідувачів аптек, які придбали лікарські засоби на суму понад 200 грн. Який комплекс маркетингових заходів використовує аптечна мережа в цьому разі?   |
| Правильна відповідь | Паблік релейшнз  |
| В                   | Персональний продаж  |
| С                   | Лобіювання   |
| D                   | Стимулювання збуту   |
| Е                   | Реклама  |
| №                   | Крок 2022  |
| тема                | Комунікативні процеси в управлінні   |
| текст заїдання      | Представники двох фармацевтичних фірм-партнерів з України та Китаю деякий час мали комунікативні проблеми, зумовленні використанням слів і вербальних символів із різними значеннями. Що стало причиною деформації комунікативного процесу та перешкоджало обміну інформацією? |
| Правильна відповідь | Семантичні бар'єри   |
| В                   | Невербальні перешкоди  |
| С                   | Неякісний зворотній зв'язок  |



|                     |   |
|---------------------|---|
| D                   | Нерозуміння важливості інформації   |
| E                   | Психологічна дистанція  |
| №                   | Крок 2022   |
| тема                | Ціни, ціноутворення, цінова політика фармацевтичних та аптечних підприємств.  |
| текст завдання      | Вітчизняне фармацевтичне підприємство впроваджує на ринок генеричний лікарський препарат за ціною значно нижчою, ніж ціна зарубіжних аналогів. Яку стратегію ціноутворення використовує вітчизняний виробник?                                   |
| Правильна відповідь | Проникнення на ринок  |
| B                   | Стимулювання  |
| C                   | "Зняття вершків"  |
| D                   | Слідування за лідером   |
| E                   | Тендерне ціноутворення  |
| №                   | Крок 2022   |
| тема                | Основні положення фармацевтичного маркетингу.   |
| текст завдання      | Фармацевтична фірма через недостатній рівень виробничих потужностей не може задовольнити попит на окремі лікарські засоби. Фірма підвищила вартість лікарських засобів та припинила рекламну діяльність. Який вид маркетингу використала фірма? |
| Правильна відповідь | Демаркетинг   |
| B                   | Конверсійний маркетинг  |
| C                   | Стимулювальний маркетинг  |
| D                   | Синхромаркетинг   |
| E                   | Ремаркетинг   |
| №                   | Крок 2022   |
| тема                | Трудові відносини в умовах ринку  |
| текст завдання      | Тривалість відпустки у зв'язку з вагітністю та пологами обчислюється сумарно. Визначте загальну кількість календарних днів.   |
| Правильна відповідь | 126 днів  |

|                     |   |
|---------------------|---|
| В                   | 70 днів   |
| С                   | 115 днів  |
| Д                   | 50 днів   |
| Е                   | 100 днів  |
| №                   | Крок 2022   |
| тема                | Функції управління.   |
| текст завдання      | Організаційна структура аптеки передбачає поділ на окремі відділи: рецептурно-виробничий відділ, відділ запасів та відділ безрецептурного відпуску ліків. Для якої організаційної структури управління характерний такий поділ? |
| Правильна відповідь | Функціональної  |
| В                   | Лінійної  |
| С                   | Дивізійної  |
| Д                   | Матричної   |
| Е                   | Лінійно-штабної   |
| №                   | Крок 2022   |
| тема                | Теоретичні основи менеджменту   |
| текст завдання      | Фармацевтична компанія веде пропаганду здорового способу життя, надає спонсорську допомогу дитячому будинку-інтернату та спортивним заходам. Як називається така концепція діяльності компанії?                                 |
| Правильна відповідь | Соціальна відповідальність  |
| В                   | Фінансова діяльність  |
| С                   | -   |
| Д                   | Комерційна діяльність   |
| Е                   | Виробнича діяльність  |
| №                   | Крок 2022   |
| тема                | Основні положення фармацевтичного маркетингу.   |

|                     |   |
|---------------------|---|
| текст завдання      | Для відновлення попиту на традиційний лікарський препарат фірма виробник удосконалила його споживчі характеристики, збільшила витрати на рекламу, знизила ціну та залучила нових посередників. Який вид маркетингу застосовують у цьому разі? |
| Правильна відповідь | Ремаркетинг   |
| В                   | Конверсійний маркетинг  |
| С                   | -   |
| D                   | Синхромаркетинг   |
| Е                   | Протидійний маркетинг   |
| №                   | Крок 2022   |
| тема                | Управління трудовими ресурсами та персоналом організації  |
| текст завдання      | Протягом року з фармацевтичної компанії звільнилися три співробітники за власним бажанням. До якого виду належить такий рух кадрів?   |
| Правильна відповідь | Плинність кадрів  |
| В                   | Вертикальна ротація   |
| С                   | -   |
| D                   | Набір кадрів  |
| Е                   | Горизонтальна ротація   |
| №                   | Крок 2022   |
| тема                | Система маркетингових комунікацій   |
| текст завдання      | Рекламу яких лікарських засобів заборонено в аптеках та їх структурних підрозділах?   |
| Правильна відповідь | Рецептурних   |
| В                   | Дезинфікуючих   |
| С                   | Косметичних   |
| D                   | Дієтичних добавок   |
| Е                   | Безрецептурних  |
| №                   | Крок 2022   |
| тема                | Основні положення фармацевтичного маркетингу.   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| текст завдання      | Який вид маркетингу варто застосувати, якщо попит на деякі лікарські засоби на фармацевтичному ринку негативний?   |
| Правильна відповідь | Конверсійний маркетинг   |
| B                   | Ремаркетинг  |
| C                   | Синхромаркетинг  |
| D                   | Демаркетинг  |
| E                   | Стимулювальний маркетинг   |
| №                   | Крок 2022  |
| тема                | Товар в системі маркетингу   |
| текст завдання      | Фармацевтична фірма, яка спеціалізується на виготовленні лікарських засобів рослинного походження, розширює сферу своєї діяльності та налагоджує виробництво косметичних засобів. Яку стратегію розвитку обрала фірма? |
| Правильна відповідь | Диверсифікація   |
| B                   | Виживання  |
| C                   | -  |
| D                   | Модернізація   |
| E                   | Стабільності   |
| №                   | Крок 2022  |
| тема                | Збутова діяльність фармацевтичних підприємств  |
| текст завдання      | Лікувально-профілактичний заклад закуповує діагностичні засоби у вітчизняного виробника. Який рівень каналу збуту використовується у цьому разі?   |
| Правильна відповідь | Канал нульового рівня  |
| B                   | Однорівневий канал   |
| C                   | Дворівневий канал  |
| D                   | Чотирирівневий канал   |
| E                   | Трирівневий канал  |
| №                   | Крок 2022  |

|                     |  |
|---------------------|--|
| тема                | Функції управління.  |
| текст завдання      | Завідувач аптеки розробив графік роботи персоналу на наступний місяць. Який вид управлінської діяльності спрямований на формування візьких, деталізованих, короткотермінових планів?     |
| Правильна відповідь | Оперативне планування  |
| В                   | Стратегічне планування   |
| С                   | -  |
| D                   | Фінансове планування   |
| Е                   | Бізнес-планування  |
| №                   | Крок 2022  |
| тема                | Управління фармацевтичним маркетингом  |
| текст завдання      | Виробнича фармацевтична фірма формує групи маркетологів, які відповідають за окремий товар або групу товарів (ліків). Яку модель організації маркетингу використовує фірма в цьому разі? |
| Правильна відповідь | Товарну  |
| В                   | Сегментну  |
| С                   | Функціональну  |
| D                   | Комбіновану (матричну)   |
| Е                   | Регіональну  |
| №                   | Крок 2022  |
| тема                | Функції управління.  |
| текст завдання      | За якого типу організаційної структури управління аптечного закладу кожен підлеглий підпорядковується лише одному керівнику і саме від нього надходять усі управлінські рішення?         |
| Правильна відповідь | Лінійний   |
| В                   | Функціональний   |
| С                   | Матричний  |

|   |              |
|---|--------------|
| D | Продуктивний |
| E | Адаптивний   |