

**ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ З ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ
ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО СТРУКТУРОВАНОГО ІСПИТУ
ДЛЯ ЗДОБУВАЧІВ ДРУГОГО (магістерського) РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ 5 КУРСУ
на 2024-2025 навчальний рік**

БЛОК 1

1. Значення і поняття менеджменту.

Структура відповіді:

- Визначення терміну «менеджмент»
- Основні функції менеджменту
- Принципи менеджменту
- Методи управління

2. Підходи до управління.

Структура відповіді:

- Визначення терміну «підходи до управління»
- Основні підходи до управління
- Підхід з позицій виділення шкіл управління
- Процесний підхід
- Системний підхід
- Ситуаційний підхід

3. Зарубіжні моделі управління: американська, японська та європейська.

Структура відповіді:

- Визначення терміну «моделі управління»
- Особливості американської моделі управління
- Особливості японської моделі управління
- Особливості європейської моделі управління
- Порівняння моделей управління

4. Поняття організації в теорії менеджменту.

Структура відповіді:

- Визначення терміну «організація»
- Класифікація організацій
- Класифікація за способом та метою утворення
- Визначення формальних організацій
- Визначення неформальних організацій
- Вимоги до структури організації

5. Рівні управління.

Структура відповіді:

- Типи поділу управлінської праці
- Характеристика горизонтального поділу праці
- Характеристика вертикального поділу праці
- Три рівні управління
- Функції представників рівнів управління

6. Соціально-етичні аспекти менеджменту.

Структура відповіді:

- Види відповідальності
- Переваги та недоліки соціальної відповідальності

- Етична поведінка
 - Причини неетичної діяльності
 - Заходи для забезпечення етичної поведінки
7. Сутність та класифікація організацій.
- Структура відповіді:
- Поняття організації
 - Обов'язкові вимоги до груп в організації
 - Види організацій
 - Властивості організації як відкритої системи
8. Фактори впливу на організацію.
- Структура відповіді:
- Визначення терміну «фактори впливу»
 - Класифікація факторів ризику
 - Визначення терміну «внутрішні фактори»
 - Класифікація зовнішніх факторів
 - Перелік зовнішніх факторів прямої дії
 - Перелік зовнішніх факторів непрямой дії
9. Складові успішної діяльності фармацевтичної організації.
- Структура відповіді:
- Основні критерії успішної діяльності організації
 - Кількісні показники ефективності
 - Особливості діяльності аптечних установ
 - Напрямки підвищення ефективності роботи аптек
10. Ефективна організація праці в аптечних підприємствах.
- Структура відповіді:
- Раціональне планування роботи
 - Автоматизація процесів
 - Оптимізація запасів та логістики
 - Система мотивації працівників
 - Підвищення кваліфікації персоналу
 - Оптимізація робочого простору
 - Зворотний зв'язок та моніторинг ефективності
11. Система методів фармацевтичного менеджменту
- Структура відповіді:
- Сутність методів фармацевтичного менеджменту
 - Класифікація методів фармацевтичного менеджменту
 - Характеристика економічних, технологічних, соціально-психологічних, технологічних та адміністративних методів менеджменту
12. Управлінські рішення: сутність, класифікація, умови та моделі прийняття
- Структура відповіді:
- Визначення терміну «Управлінські рішення»
 - Класифікація управлінських рішень
 - Моделі прийняття управлінських рішень та їх характеристика
13. Влада: визначення та класифікація форм влади
- Структура відповіді:
- Визначення терміну «Влада»
 - Класифікація форм влади та їх характеристика

- Нові підходи до використання влади
14. Лідерство: визначення та підходи до поняття суті лідерства.
- Структура відповіді:
- Визначення терміну «Лідерство»
 - Відмінність двох понять «Лідерство» та «Влада»
 - Визначення терміну «Вплив»
15. Соціально-психологічні стилі керівництва колективами фармацевтичних підприємств та аптек.
- Структура відповіді:
- Підходи до керівництва організацією
 - Види стилів керівництва: авторитарний, ліберальний та демократичний та їх характеристика
16. Планування як функція управління.
- Структура відповіді:
- Визначення терміну «планування»
 - Види планування
 - Визначення стратегічного планування
 - Етапи стратегічного планування
 - Визначення тактичного планування
 - Різновиди тактичного планування
17. Організаційний процес на підприємстві.
- Структура відповіді:
- Визначення терміну «Функція Організування»
 - Аспекти функції організування
 - Визначення стратегічного планування
 - Категорії організування
 - Визначення терміну «Повноваження»
 - Визначення терміну «Відповідальність»
 - Визначення терміну «Делегування»
 - Організаційна структура управління
 - Класифікація організаційних структур
18. Мотивація в системі фармацевтичних та аптечних підприємств.
- Структура відповіді:
- Визначення мотивації
 - Теорії мотивації
 - Характеристика змістовних теорій мотивування
 - Піраміда Маслоу
 - Характеристика процесних теорій мотивування
 - теорія матеріального стимулювання
19. Сутність, види та етапи контролю діяльності організації.
- Структура відповіді:
- Визначення функції контролювання
 - Ознаки класифікації контролю
 - Характеристика попереднього контролю
 - Характеристика поточного контролю
 - Характеристика завершального контролю
 - Послідовність реалізації процесу контролю

20. Управлінські рішення: визначення, загальна характеристика та вимоги до управлінських рішень.

Структура відповіді:

- Визначення терміну «Управлінські рішення»
- Класифікація управлінських рішень
- Моделі прийняття управлінських рішень та їх характеристика

21. Делегування повноважень та відповідальність.

Структура відповіді:

- Визначення терміну «Делегування»
- Визначення терміну «Відповідальність»
- Принципи делегування

22. Поняття, види та характеристика комунікацій.

Структура відповіді:

- Визначення терміну «комунікації», «комунікаційний процес»
- Види комунікацій
- Складові елементи процесу комунікацій
- Три проблеми комунікаційного процесу
- Шуми в комунікації

23. Принципи та організаційні форми підприємництва, державна реєстрація та ліцензування.

Структура відповіді:

- Поняття «Підприємство», «Підприємництво»
- Принципи підприємницької діяльності
- Організаційні форми підприємництва
- Державна реєстрація
- Види діяльності, які підлягають ліцензуванню у фармації

24. Планування підприємницької діяльності.

Структура відповіді:

- Поняття «Планування підприємницької діяльності»
- Основні етапи планування
- Інструменти та методи планування

25. Підприємницький ризик і шляхи його зниження.

Структура відповіді:

- Визначення терміну «підприємницький ризик»
- Види підприємницького ризику
- Основні способи зниження ризику
- Інструменти для зниження ризику в фармацевтичній діяльності
- Приклади підприємницьких ризиків і способи мінімізації для фармацевтичного бізнесу

26. Характеристика трудових ресурсів та персоналу організації.

Структура відповіді:

- Визначення терміну «трудові ресурси»
- Визначення персоналу організації
- Класифікація персоналу
- Класифікація трудових ресурсів
- Роль та значення трудових ресурсів

27. Кадровий менеджмент.

Структура відповіді:

- Визначення терміну «кадровий менеджмент»
- Цілі кадрового менеджменту
- Функції кадрового менеджменту
- Роль кадрового менеджменту у фармацевтичній галузі
- Процес управління персоналом у фармацевтичній галузі
- Сучасні тенденції у кадровому менеджменті фармацевтичній галузі

28. Групова динаміка в системі фармацевтичних та аптечних підприємств.

Структура відповіді:

- Види груп в організації та їх визначення
- Типи формальних груп
- Спільні риси формальних та неформальних груп
- Відмінності формальних та неформальних груп
- Характеристики неформальних груп

29. Управління конфліктами: поняття конфлікту і причини його виникнення, типи конфліктів та методи управління ними.

Структура відповіді:

- Визначення терміну «конфлікт»
- Причини конфліктів
- Класифікація конфліктів за результатами
- Визначення функціональних конфліктів
- Визначення дисфункціональних конфліктів
- Визначення безрезультатних конфліктів
- Типи конфлікту
- Форми перебігу конфлікту
- Структурні методи вирішення конфлікту
- Способи вирішення конфліктів

30. Стреси як об'єкт керівництва.

Структура відповіді:

- Визначення терміну «Стрес»
- Чинники формування стресів
- Види стресів
- Етапи виникнення стресу
- Напрямки подолання стресів

БЛОК 2

1. Маркетинг: визначення та основні складові маркетингу, принципи маркетингу та його функції.

Структура відповіді:

- Визначення терміну «маркетинг»
- Основні складові маркетингу
- Принципи маркетингу
- Основні функції маркетингу

2. Ринок як об'єкт маркетингу.

Структура відповіді:

- Визначення терміну «ринок»

- Сегментація ринку
 - Види ринків
 - Основні характеристики ринку
 - Вивчення ринку в маркетингу
3. Організаційна структура маркетингових служб: моделі та етапи організації.
- Структура відповіді:
- Визначення терміну «організаційна структура маркетингових служб»
 - Основні моделі організаційної структури маркетингових служб
 - Характеристика функціональної моделі
 - Характеристика товарної моделі
 - Характеристика регіональної моделі
 - Етапи організації маркетингових служб
4. Вивчення ринку лікарських засобів.
- Структура відповіді:
- Визначення терміну «Потенціал ринку», «Ємність ринку»
 - Кон'юнктура фармацевтичного ринку
 - Види кон'юнктури та її характеристика
 - Підходи до визначення потреби в лікарських засобах
5. Сегментація ринку: вимоги до сегментів ринку, особливість сегментації споживачів лікарських засобів.
- Структура відповіді:
- Визначення терміну «Сегментація ринку», «Сегмент ринку»
 - Мета сегментації
 - Принципи сегментації
 - Критерії сегментації
 - Стратегії охоплення ринку (масовий маркетинг, цільовий маркетинг, диференційований маркетинг)
6. Цільовий ринок, «ринкове вікно» та «ринкова ніша».
- Структура відповіді:
- Визначення терміну «Цільовий сегмент ринку»
 - Методи пошуку цільових сегментів
 - Визначення терміну «Ринкове вікно»
 - Визначення терміну «Ринкова ніша»
7. Характеристика понять «потреба», «попит», «споживання».
- Структура відповіді:
- Визначення терміну «потреба»
 - Визначення терміну «попит»
 - Види попиту на товар
 - Визначення терміну «споживання»
 - Види споживання
 - Фактори, що впливають на споживання
8. Вивчення попиту та пропозиції товару.
- Структура відповіді:
- Визначення терміну «попит»
 - Фактори, що впливають на попит
 - Види попиту
 - Визначення терміну «пропозиція»

- Фактори, що впливають на пропозицію
- Визначення терміну «ринкова рівновага»

9. Життєвий цикл товару.

Структура відповіді:

- Визначення терміну «життєвий цикл товару»
- Етапи життєвого циклу
- Етап створення
- Етап введення
- Етап зростання
- Етап зрілості та насичення
- Етап спаду

10. Позичіонування товару.

Структура відповіді:

- Визначення терміну «Позичіонування на ринку»
- Варіанти позичіонування препарату на ринку
- Репозичіонування та його причини

11. Конкурентоспроможність товару.

Структура відповіді:

- Визначення терміну «Конкурентоспроможність лікарського засобу»
- Якість ЛЗ як основа конкурентоспроможності
- Система показників, якою вимірюють якість ЛЗ
- Методики визначення конкурентоспроможності

12. Товарний асортимент, його основні характеристики.

Структура відповіді:

- Визначення терміну «Товарний асортимент», «Асортиментна група»
- Основні характеристики асортименту
- Основні шляхи розширення асортименту (розширення асортименту, оновлення асортименту)
- Інші напрямки розвитку маркетингової політики (модифікація, модернізація, диверсифікація)

13. Товарна марка. Товарний знак. Бренд. Упаковка фармацевтичного товару.

Структура відповіді:

- Визначення терміну «Товарна марка», «Товарний знак», «Бренд»
- Функції товарного знаку
- Стратегії використання товарних марок
- Упаковка ЛЗ як елемент продуктової політики
- Функції упаковки

14. Інноваційна політика фармацевтичних підприємств.

Структура відповіді:

- Класифікація інновацій у фармації
- Характеристика продуктових інновацій
- Характеристика процесних інновацій
- Основні підходи до визначення «Нова продукція»
- Рівні новизни

15. Оригінальні (інноваційні) лікарські препарати.

Структура відповіді:

- Розподіл препаратів за новизною лікарських засобів

- Оригінальний лікарський засіб, визначення
- Концепція нового лікарського засобу
- Концептуальні вимоги
- Етапи розроблення нового лікарського засобу

16. Препарати-генерики, їх переваги.

Структура відповіді:

- Визначення препарату-генерика
- Основні характеристики генериків
- Переваги генериків для фармацевтичного менеджменту
- Ризики та обмеження генериків
- Роль генериків у фармацевтичному менеджменті
- Загальна стратегія для фармацевтичного менеджменту

17. Характеристика ціни з позиції маркетингу.

Структура відповіді:

- Визначення ціни
- Ціна, як складова комплексу маркетингу
- Класифікація цін
- Функції ціни у фармацевтичному маркетингу та їх характеристика

18. Фактори ціноутворення.

Структура відповіді:

- Основні етапи ціноутворення на ЛЗ
- Види факторів ціноутворення
- Характеристика внутрішніх факторів ціноутворення
- Характеристика зовнішніх факторів ціноутворення

19. Цінова еластичність попиту та пропозиції.

Структура відповіді:

- Визначення Еластичності
- Види попиту та їх характеристика
- Фактори впливу на цінову еластичність
- Причини виникнення нееластичного попиту

20. Цінова політика підприємства: стратегії, цілі, методи.

Структура відповіді:

- Визначення Стратегії ціноутворення
- Фактори впливу на вибір стратегії ціноутворення
- Цілі ціноутворення
- Види стратегій ціноутворення
- Моделі та методи ціноутворення

21. Збутова політика підприємств.

Структура відповіді:

- Фармацевтична сутність понять «збут», «збутова діяльність», «збутова політика»
- Фактори впливу на вибір стратегії ціноутворення
- Складові збутової діяльності
- Цілі збутової політики

22. Характеристика каналів товаророзподілу (збуту), їх функції.

Структура відповіді:

- Визначення терміну канал збуту
 - Види каналів
 - Характеристика каналів та їх визначення
 - Види розподілу та їх визначення
23. Комплекс маркетингових комунікацій та його формування.
- Структура відповіді:
- Поняття «Системи маркетингових комунікацій»
 - Цілі маркетингових комунікацій.
 - Складові системи маркетингових комунікацій.
24. Засоби маркетингових комунікацій на етапах ЖЦТ.
- Структура відповіді:
- Поняття «Системи маркетингових комунікацій»
 - Етапи життєвого циклу ЛЗ
 - Система маркетингових комунікацій на кожному із етапів ЖЦТ
25. Реклама: класифікація реклами, функції, види і засоби (канали) реклами, вимоги, що висуваються до реклами.
- Структура відповіді:
- Визначення терміну «реклама»
 - Класифікація реклами
 - Функції реклами
 - Види та засоби (канали) реклами
 - Вимоги до реклами
26. Стимулювання збуту фармацевтичного, товару.
- Структура відповіді:
- Визначення терміну «стимулювання збуту»
 - Інструменти стимулювання збуту
 - Цілі стимулювання збуту
 - Особливості стимулювання у фармацевтичній сфері
27. Персональний продаж, його переваги.
- Структура відповіді:
- Визначення терміну «персональний продаж»
 - Характеристики персонального продажу
 - Функції Персонального продажу
 - Суб'єкти персонального продажу
 - Вимоги до представника
 - Контроль і оцінка роботи представника
28. Поняття і сутність паблік рилейшнз: цілі, основні функції та принципи.
- Структура відповіді:
- Визначення терміну «паблік рилейшнз»
 - Функції паблік рилейшнз
 - Інструменти паблік рилейшнз та їх визначення
 - Цілі паблік рилейшнз всередині фірми
 - Цілі паблік рилейшнз поза фармацевтичною фірмою
29. Мета, об'єкти та методи маркетингових досліджень.
- Структура відповіді:
- Визначення терміну «Маркетингові дослідження»
 - Принципи маркетингового дослідження

- Кабінетні дослідження
- Польові дослідження
- Методи збору первинної інформації

30. Значення фармацевтичної маркетингової інформації.

Структура відповіді:

- Визначення терміну «Фармацевтична інформація»
- Види інформації
- Переваги вторинної інформації
- Переваги первинної інформації