

**ПЕРЕЛІК**  
**ситуаційних задач до іспиту**  
**з фармацевтичного менеджменту та маркетингу**  
**для студентів 5 курсу фармацевтичного факультету**

1. Вкажіть згідно з рівнями управління, до яких ланок належать посади керівників в структурі фармацевтичного об'єднання обласного рівня.
2. Опишіть внутрішні змінні аптеки та їх взаємозв'язок.
3. Вкажіть документи, що супроводжують зовнішній і внутрішній комунікаційний обмін інформацією (по висхідній та низхідній) в діяльності аптеки.
4. Охарактеризуйте чинники зовнішнього середовища аптеки прямого впливу.
5. Охарактеризуйте чинники зовнішнього середовища аптеки непрямого впливу.
6. Обґрунтуйте вирішення конкретних випадків, які виникають у трудових відносинах у фармацевтичній організації.
7. Здійсніть класифікацію завдань національного фармацевтичного підприємства-виробника
8. Проведіть аналіз факторів внутрішнього, мікро- та макросередовищ фармацевтичної фірми-виробника.
9. Зобразіть схематично дивізійну продуктову організаційну структуру управління фармацевтичного підприємства.
10. Проведіть класифікацію організаційних структур управління з погляду їх адаптації до змін у зовнішньому середовищі.
11. Здійсніть класифікацію документів фармацевтичного підприємства за їх видами.
12. Обґрунтуйте концепції маркетингу, які застосовані фармацевтичними фірмами-виробниками в конкретних ситуаціях.
13. Розрахуйте ширину та глибину асортименту лікарських засобів.
14. Проведіть ABC-аналіз виробничої програми підприємства за показниками збуту. Дайте рекомендації по формуванню асортименту.
15. Визначте оптимальний варіант частоти постачання лікарських засобів.
16. Визначте місткість та частку ринку.
17. Визначте потребу в лікарських засобах.
18. Розрахуйте конкурентоспроможність лікарських засобів.
19. Охарактеризуйте життєві цикли препаратів.
20. Охарактеризуйте на підставі аналізу асортименту лікарських засобів аптеки його глибину.
21. Визначте ціну на нові лікарські засоби на основі різних моделей ціноутворення.
22. Розрахуйте для бізнес-плану аптеки "План доходів і витрат".
23. Проведіть аналіз фармацевтичного "портфеля" фармацевтичного підприємства на основі матриці БКГ.
24. Визначте доцільність збільшення обсягів продажу лікарських засобів на конкретному сегменті ринку.
25. Проведіть обґрунтування каналів розподілу різних рівнів за критерієм ефективності.
26. Визначте оптимальну структуру збуту для фармацевтичної фірми (торговий агент чи торговий представник).
27. Визначте бюджет маркетингу фармацевтичної фірми.
28. Охарактеризуйте споживчу активність різних вікових груп населення щодо окремих медичних виробів.
29. Визначте стратегії використання товарних марок.
30. Впорядкуйте суб'єкти інфраструктури фармацевтичного ринку.
31. Побудуйте графіки життєвого циклу для 2-х препаратів А і В, охарактеризуйте їх та визначте основні завдання маркетингу на кожному з етапів.
32. Визначте конкурентоспроможність препаратів-аналогів.

Завідувач кафедри

професор Б.П. Громовик