

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: ФГБОУ ВО ВолГМУ Минздрава России  
Должность: ФГБОУ ВО ВолГМУ Минздрава России  
Дата подписания: 25.10.2023 14:44:44  
Уникальный программный ключ:  
123d1d365abac3d0cd5b93c39c0f12a00bb02446

Федеральное государственное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Волгоградский государственный  
медицинский университет»  
Министерства здравоохранения  
Российской Федерации



## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**Диверсификация аптечного ассортимента как основа эффективной работы аптечной организации.**

Наименование дисциплины

Основная профессиональная образовательная программа подготовки кадров высшей квалификации в ординатуре по специальности 33.08.02 Управление и экономика фармации, направленность (профиль) 33.00.00 Фармация

Кафедра: фармакологии и фармации Института непрерывного медицинского и фармацевтического образования.

Год обучения: 2

Семестр: 3

Форма обучения: очная

Трудоемкость дисциплины: 2 ЗЕ 72 часа

Форма контроля: зачет

## Оглавление

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы .....

**Ошибка! Закладка не определена.**

2. Оценочные средства для проведения аттестации.....7

3. Критерии и шкала оценивания по оценочному средству..... 26

Виды компетенции	Название компетенции	Содержание и структура компетенций		
		знать	уметь	владеть
УК-1	готовность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	методологию системного подхода при анализе достижений в области медицины и фармации, классификации и интерпретации получаемых данных.	избегать автоматического применения стандартных приемов при решении профессиональных задач;	навыками выбора методов и средств решения профессиональных задач;
ПК-5	готовность к организации фармацевтической деятельности	Положения нормативных правовых актов Российской Федерации, регулирующих обращение лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента	Обеспечивать ресурсами деятельность фармацевтической организации	Анализом текущего ресурсного обеспечения и потребностей фармацевтической организации
ПК-6	готовность к оценке экономических и финансовых показателей, применяемых в сфере обращения лекарственных средств	Основные направления государственной социальной и финансовой политики в области лекарственного обеспечения	Применять различные модели ценообразования в фармацевтических организациях	Навыками дифференцированного выбора оптимального метода фармакоэкономического анализа для формирования формулярного списка при проведении закупочной деятельности.

## 1. Основная литература

1. Управление и экономика фармации [Электронный ресурс] : учебник / под ред. В.Л. Багировой. – М. : Медицина, 2008. - 720 с. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/>
2. Наркевич И. А. Управление и экономика фармации [Электронный ресурс] / под ред. И. А. Наркевича. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2017. - 928 с. - ISBN 978-5-9704-4226-5 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/>
3. Управление и экономика фармации [Текст]. Т. 3 : Экономика аптечных организаций : учебник для студентов, обучающихся по спец. 040500 "Фармация" / Дорофеева В. В. , Лоскутова Е. Е., Косова И. В. и др. ; под ред. Е. Е. Лоскутовой. - М. : Академия, 2008. - 428 с. : ил. – (Высшее профессиональное образование).
4. Иванов. Г. Г. Экономика торгового предприятия [Текст] : учебник по спец. "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)" / Иванов Г. Г. - М. : Академия, 2010. - 320 с. : ил. – (Высшее профессиональное образование).
5. Петров В. И. Клиническая фармакология и фармакотерапия в реальной врачебной практике [Электронный ресурс] / В. И. Петров. - М., 2014. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru>
6. Харкевич Д. А. Фармакология [Электронный ресурс] : учебник / Д. А. Харкевич. - 11-е изд., испр. и доп. - М., 2013. - 760 с. : ил. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/>
7. Харкевич Д. А. Фармакология [Текст] : учебник / Д. А. Харкевич. - 11-е изд., испр. и доп. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2013. - 755, [5] с. : ил.

## 2. Дополнительная литература

1. **Тебекин А. В.** Стратегический менеджмент [Текст] : учебник для акад. бакалавриата, студентов вузов, обучающихся по экон. направлениям и спец. / Тебекин А. В. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2015. - 333, [1] с. : ил. – (Профессиональное образование).
2. **Пономарев А. И.** Налоги и налоговое администрирование в Российской Федерации [Мультимедиа] / А.И. Пономарев, Т.В. Игнатова, М.А. Богатырев. - М., 2009. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/>
3. **Юданов А. Ю.** Фармацевтический маркетинг [Текст] : учебник для студентов, обучающихся по спец. 060108 (040500) - Фармация / Юданов А. Ю., Вольская Е. А., Ишмухаметов А. А., Денисова М. Н. ; Фин. акад. при Правительстве РФ, ММА им. И. М. Сеченова. - М. : Ремедиум, 2008. - 606 с. : цв. ил.
4. **Котлер Ф.** Маркетинг, менеджмент [Текст] : экспресс-курс / Котлер Ф. ; пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. - 2-е изд. - СПб. : Питер, 2005. - 464 с. : ил.
5. Клиническая фармакология [Электронный ресурс] : учебник / Кукес В. Г. ; [кол. авт.: В. Г. Кукес, Д. А. Андреев, В. В. Архипов и др.]. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2013. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru>
6. **Настольная книга** RMBC о фармацевтическом рынке России, 2007 [Текст] / Вахранева Е., Бучина А., Денисова М., Ливанский С. ; под ред. А. А. Ишмухаметова. - М. : Эр Эм Би Си Импэкс, 2008. - 111 с. : цв. ил.

7. Лозовая Г. Ф. Менеджмент фармацевтической организации [Текст] : учеб. пособие / Лозовая Г. Ф., Лопатин П. В., Глембоцкая Г. Т. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : МЦФЭР, 2000. - 192 с. : ил. - Прил. к журн. "Новая Аптека", 2000, №1.
8. **Глембоцкая Г. Т.** В лабиринтах фармацевтического менеджмента [Текст] : [учеб. пособие] / Глембоцкая Г. Т. - М. : Литтерра , 2007 . - 256 с. : ил. . - Практика аптечного дела
9. **Василенко О. В.** Фармацевтическое потребительское поведение в современной России [Текст] : монография / Василенко О. В. ; Минздравсоцразвития РФ, ВолгГМУ . - Волгоград : Изд-во ВолгГМУ, 2011. - 311, [1] с. : ил.
10. **Основы** фармацевтического маркетинга [Текст] : метод. пособие / Каминская И. А., Куркин Д. В., Ганичева Л. М., Озеров А. А. ; Минздрав РФ, ВолгГМУ . - Волгоград : Изд-во ВолгГМУ , 2012 . - 40 с.
11. **Назаренко В. Н.** Введение в фармацевтический менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов по спец. "Фармация" / Назаренко В. Н. ; Минздравсоцразвития РФ, ВолгГМУ. - Волгоград : Изд-во ВолгГМУ, 2010.
12. **Правовые** основы фармацевтической деятельности в Российской Федерации [Текст] : науч.-практ. рук. / Сергеев Ю. Д., Мохов А. А., Милушин М. И., Седова Н. Н. - М. : МИА, 2009. - 480 с.
13. **Ганичева Л. М.** Фармацевтическое товароведение [Электронный ресурс] : учеб. пособие к практ. занятиям для студентов V курса (IV семестр) фармацевт. фак. / Ганичева Л. М., Сысуев Е. Б., Мулик Ю. А., Самохина Е. А. - Волгоград : Изд-во ВолгГМУ, 2008. - 158 с.
14. **Раменская Г. В.** ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ [Электронный ресурс] / Раменская Г. В. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2011. - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/>
15. **Внукова В. А.** Правовые основы фармацевтической деятельности [Текст] : учеб. пособие по спец. 33.05.01 "Фармация" / Внукова В. А., Спичак И. В. ; Минобрнауки РФ. - М. : ГЭОТАР-Медиа, 2018. - 409, [6] с. : табл.
16. Управление и экономика фармации [Текст] : учебник по спец. 33.05.01 "Фармация", 33.08.02 "Управление и экономика фармации" / Богданов В. В., Васягина Ю. А., Золотарева Н. Г. и др. ; под ред. И. А. Наркевич ; Минобрнауки РФ. - М. : ГЭОТАР- Медиа, 2017. - 923, [4] с. : ил., табл.
17. Настольная книга RMBC о фармацевтическом рынке России, 2007 [Текст] / Вахранева Е., Бучина А., Денисова М., Ливанский С. ; под ред. А. А. Ишмухаметова. - М. : Эр Эм Би Си Импэкс, 2008. - 111 с. : цв. ил.
18. Лозовая Г. Ф. Менеджмент фармацевтической организации [Текст] : учеб. пособие / Лозовая Г. Ф., Лопатин П. В., Глембоцкая Г. Т. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : МЦФЭР, 2000. - 192 с. : ил. - Прил. к журн. "Новая Аптека", 2000, №1.
19. **Перфилова В. Н.** Антиаритмические препараты [Текст] : учеб. пособие для спец. 060108 - Управление и экономика фармации / В. Н. Перфилова, Д. Д. Бородин ; ВолгГМУ Минздрава РФ. - Волгоград : Изд-во ВолгГМУ, 2014. - 117, [3] с. : ил.
20. **Тюренков И. Н.** Кардиоваскулярные и кардиопротекторные свойства ГАМК и её аналогов [Текст] : монография / И. Н. Тюренков, В. Н. Перфилова ; Федер.

агентство по здравоохранению, ГОУ ВПО ВолГМУ. - Волгоград : Изд-во ВолГМУ, 2008. - 204 с. : ил

21. **Тюренков И. Н.** Режим дозирования лекарственных средств [Текст] : учеб. пособие для провизоров по спец. Фармация / И. Н. Тюренков, А. В. Воронков ; Росздрав, ВолГМУ. - Волгоград : Изд-во ВолГМУ, 2010. - 310 с. : цв. ил.

22. **Тюренков И.Н., Горшунова Л.Н.** Товарная политика и управление ассортиментом аптечной организации [Текст] : учеб. пособие для послевузовского профессионального образования провизоров/И.Н. Тюренков, Л.Н. Горшунова; ВолГМУ Минздрава РФ. - Волгоград : Изд-во ВолГМУ, 2007. - 117, [3] с. : ил.

23. Лекция «Диверсификация аптечного ассортимента»

24. Лекция «Управление аптечным ассортиментом розничной аптечной организации».

### 3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Конституция Российской Федерации
2. Кодекс об административных правонарушениях [Электронный ресурс]: [принят ФЗ №197 от 30.12.2001 г. (ред. от 01.03.2012 г.)]. - В данном виде документ опубликован не был.: <http://www.consultant.ru>

### 4. Периодические издания:

1. ISSN: 2073-8099 (сайт биофармацевтического журнала).
2. «Еженедельник Аптека»: <http://www.apteka.ua/>
3. Московские аптеки: электрон.газ.: <http://www.mosapteki.ru/modules/news>

Ссылка на информационный ресурс	Доступность
<a href="http://ЭБС «Консультант студента»">http://ЭБС «Консультант студента»</a> <a href="http://www.studmedlib.ru">http://www.studmedlib.ru</a>	Свободный доступ
Единая реферативная библиографическая база данных (профессиональная база данных) <a href="http://www.scopus.com">http://www.scopus.com</a>	Свободный доступ
Национальная библиографическая база данных научного цитирования ( <i>профессиональная база данных</i> ) <a href="http://www.elibrary.ru">http://www.elibrary.ru</a>	Свободный доступ
Журнал: <i>Medical Education Online</i> <a href="http://med-ed-online.net/">http://med-ed-online.net/</a>	Свободный доступ

<a href="http://www.info.rambler.ru:8101/db/health/">http://www.info.rambler.ru:8101/db/health/</a>	Свободный доступ
<a href="http://www.scsml.rssi.ru/">http://www.scsml.rssi.ru/</a>	Свободный доступ
<i>Методический центр аккредитации специалистов</i> <a href="https://fmza.ru/fos_primary_specialized/">https://fmza.ru/fos_primary_specialized/</a>	Свободный доступ
ЭИОС ВолгГМУ <a href="https://elearning.volgmed.ru/">https://elearning.volgmed.ru/</a>	Для участников курса

4. Провизор.Ру: форум // Информационный аналитический портал Provizor.Ru сайт. <http://www.provizor.ru/index.php>.
5. Обсуждение материалов информационного аналитического сайта
6. Ремедиум: электрон. журнал: <http://www.remedium-journal.ru/>
7. Российская газета: электрон.газ: <http://www.rg.ru/>
8. Фармацевтический вестник: электрон. газ.: <http://www.pharmvestnik.ru/>.
9. Электронный журнал «ФАРМиндекс» <http://www.pharmindex.ru>
10. «Новая аптека»

**в) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:**

Электронные ресурсы: базы данных, информационно-справочные и поисковые системы - Интернет ресурсы, отвечающие тематике дисциплины, в том числе:

**УК-1 готовность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу**

Результаты освоения ОП (компетенции)	Результаты обучения по дисциплине
	Знать
УК – 1 готовность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	методологию системного подхода при анализе достижений в области медицины и фармации, классификации и интерпретации получаемых данных.

**Задания закрытого типа**

№	Содержание задания	Правильный ответ	Источник
Выберите один правильный ответ			
1.	Что подразумевается под термином диверсификация аптечного ассортимента: А. Расширение ряда ЛС отдельной фармакотерапевтической группы;	Что подразумевается под термином диверсификация аптечного ассортимента:	№ 22, Стр 68

	Б. Расширение ассортимента космецевтических товаров; В. Расширение группы средств по уходу за больными; Г. Расширение ассортиментного спектра всех товарных групп.	Г. Расширение ассортиментного спектра всех товарных групп.	
2.	При расширении аптечного ассортимента какие следует учитывать характеристики товара: А. Доступность; Б. Цену; В. Преимущества перед существующими образцами; Г. Привлекательный вид.	При расширении аптечного ассортимента какие следует учитывать характеристики товара: В. Преимущества перед существующими образцами;	№ 22, Стр 73
Выберите несколько правильных ответов			
1.	Какие риски несет отсутствие стратегии диверсификации аптечного ассортимента: А. Падение товарооборота; Б. Неполное удовлетворение спроса населения; В. Потерю лояльности покупателей к Вашей аптеке; Г.Повышение требований регулирующих органов	Какие риски несет отсутствие стратегии диверсификации аптечного ассортимента: А. Падение товарооборота; Б. Неполное удовлетворение спроса населения; В. Потерю лояльности покупателей к Вашей аптеке;	№ 22, Стр 77
2.	Что влияет на коммерческий успех диверсификации аптечного ассортимента: А. Правильный учет потребностей населения в лекарственных средствах и товарах аптечного ассортимента; Б. Умение персонала позиционировать новый товар; В. Стратегия ценообразования; Г. Расширение ассортимента дорогостоящих средств космецевтики	Что влияет на коммерческий успех диверсификации аптечного ассортимента: А. Правильный учет потребностей населения в лекарственных средствах и товарах аптечного ассортимента; Б. Умение персонала позиционировать новый товар; В. Стратегия ценообразования;	№22, Стр 72
Установите последовательность/Сопоставьте понятия			
1.	А) ИАПФ – Б) антагонист рецепторов АП - В) В1-АБ - Г) антагонист альдостерона – Д) диуретик <hr/> 1) лосартан 2) спиронолактон 3) индапамид 4) лизиноприл 5) метопролол	А) ИАПФ – лизиноприл Б) антагонист рецепторов АП - лосартан В) В1-АБ - метопролол Г) антагонист альдостерона – спиронолактон Д) диуретик- индапамид	№3, стр. 383-392



## Задания открытого типа

### Ситуационные задачи/кейсы

№	Содержание задания	Правильный ответ	Источник
1.	Вам предстоит позиционировать «уникальное» ЛС. На чем Вы сделаете акцент в этой стратегии позиционирования?	Данные препараты являются единственными на фармацевтическом рынке, не имеют альтернативы и конкурентов (более дешёвых дженериков). В связи с этим основной стратегией является позиционирование производителем их уникальных потребительских свойств, факт отсутствия каких-либо аналогов в этом сегменте.	№23, с.15
2.	Вам предстоит позиционировать дженерическое ЛС. На чем Вы сделаете акцент в этой стратегии позиционирования?	В данном сегменте имеет место высокая конкуренция между производителями дженериков, особенно не уступающих по качеству оригинальным препаратам, но имеющих более низкую цену. Главной стратегией здесь является способность доказать, что препарат по терапевтической эквивалентности не уступает оригинальному, или свойства препарата одной торговой марки превосходят свойства и качество другого.	№23, с.16
3.	Вам предстоит позиционировать «сезонное» ЛС. На чем Вы сделаете акцент в этой стратегии позиционирования?	В данном сегменте продвижение препарата активно начинается в сезон пика заболеваемости (в зависимости от группы препаратов). Конкуренция очень высока. В качестве продвижения используется реклама в средствах массовой информации, ведется работа с врачами и пациентами поликлиник и частных клиник.	№23, с.17
4.	Вам предстоит позиционировать «специализированный» (рецептурный) ЛП. На чем Вы	В данном случае прежде всего ведется работа с врачебной аудиторией. Ценовое	№23, с.18

	сделаете акцент в этой стратегии позиционирования?	позиционирование здесь также играет роль, но менее значительную, так как продвижение препарата зависит в первую очередь от частоты назначения его профильными специалистами. Благодаря авторитетному мнению врача многие пациенты приобретут назначенный им лекарственный препарат независимо от его стоимости.	
5.	Перед Вами поставлена задача провести диверсификацию аптечного ассортимента. Что Вы можете предпринять?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Введение в аптечный ассортимент новых товарных групп;</li> <li>2. Введение нового товара;</li> <li>3. Введение синонимических товаров (дженериков);</li> <li>4. Введение известных препаратов, но в новых лекарственных формах, дозировках.</li> <li>5. Введение новых групп ЛС или новых лекарственных препаратов</li> </ol>	№23, с.5

Вопросы с развёрнутым ответом

№	Содержание задания	Правильный ответ	Источник
1.	Основная классификация ЛС	Для классификации ЛС используется анатомо-терапевтическо-химическая классификация (АТХ-классификация), которая основана на делении лекарственных препаратов на группы, включающие пять уровней в зависимости от их химической структуры и терапевтического действия.	№61
2.	Какие Вы знаете системы классификаций ЛС	Основная АТХ-классификация. Другие: по анатомо-нозологическим принципам; по фармакологическому действию; по терапевтическому применению; по химическому строению; правилам выписывания и порядку отпуска (рецептурные и безрецептурные	№61

		лекарственные препараты); порядку оборота на территории страны; по физико-химическим свойствам и условиям хранения; по агрегатному состоянию; по способу применения; по виду лекарственной формы; по срокам годности; готовые лекарственные формы и лекарственные препараты индивидуального изготовления;	
3.	Классификации изделий медицинского назначения	Существует несколько классификаций изделий медицинского назначения на основе различных критериев: по материалам, из которых изготовлены (резиновые изделия, изделия из стекла и др.); по ассортиментным группам (перевязочные материалы, парфюмерно-косметические средства, предметы санитарии и гигиены и др.; по функциональному назначению (предметы ухода за больными, медицинские инструменты, приборы, аппараты и оборудование); по группам хранения (термолабильные лекарственные препараты, резиновые изделия, перевязочные средства и вспомогательные материалы, изделия из пластмасс и др	№61
4.	Потребительская ценность, стоимость товара и потребительская стоимость	<i>Потребительская ценность</i> - это совокупность <i>потребительских свойств</i> товара, обеспечивающих его конкурентоспособность на рынке. Анализ потребительской ценности товара является важной маркетинговой стратегией производителей и осуществляется как до производства, так и на протяжении всего цикла жизни товара. Любой товар обладает двумя свойствами: <i>ценовой</i>	№24

		<p><i>стоимостью и потребительной стоимостью.</i></p> <p><i>Стоимость товара</i> - это овеществленный в товаре общественный труд производителей, структур товаропроводящей системы (дистрибьюторов, аптечных организаций). Величина стоимости товаров определяется количеством используемых ресурсов и труда, затраченного на его производство, и измеряется рабочим временем. Конечная цена для потребителя складывается из цены производителя и торговых наложений дистрибьюторов и аптек.</p> <p><i>Потребительская стоимость</i> - это способность товара удовлетворять какую-либо потребность потребителя (полезность предмета потребления). Определить потребительскую стоимость товара возможно только в процессе потребления (использования). Иными словами, потребительская стоимость товаров выступает как мера их полезности и проявляется через основные товароведческие характеристики</p>	
5.	Стратегии позиционирования ЛП	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. «уникальные» (оригинальные лекарственные препараты).</li> <li>2. «общие» (например, дженерики, витамины, гомеопатические средства, биологически активные добавки).</li> <li>3. «сезонные» (например, противоаллергические препараты, противопростудные средства).</li> <li>4. «специализированные» (рецептурные лекарственные препараты).</li> </ol>	№23, с 13

Результаты освоения ОП (компетенции)	Результаты обучения по дисциплине
	Знать
ПК – 5 готовность к организации фармацевтической деятельности	Положения нормативных правовых актов Российской Федерации, регулирующих обращение лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента

### Задания закрытого типа

№	Содержание задания	Правильный ответ	Источник
Выберите один правильный ответ			
1.	Перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов утверждается: А. Постановлением Правительства РФ; Б. Приказом Министерства здравоохранения РФ; В. Приказом Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека или её территориальным органом (Роспотребнадзор); Г. Приказом органа исполнительной власти в сфере здравоохранения субъекта РФ.	Перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов утверждается: А. Постановлением Правительства РФ;	ПП РФ от 28 августа 2014 года №871
2.	Какие препараты имеют право отпускать по рецепту врача индивидуальные предприниматели: А. Все, кроме наркотических и психотропных веществ, включенных в Перечень, утвержденный приказом Минздрава № 681н; Б. Все без исключений; В. Все, кроме сильнодействующих; Г. Все, кроме сильнодействующих, наркотических и психотропных.	Какие препараты имеют право отпускать по рецепту врача индивидуальные предприниматели: А. Все, кроме наркотических и психотропных веществ, включенных в Перечень, утвержденный приказом Минздрава № 681н;	ФЗ РФ от 12 апреля 2010 г. N 61-ФЗ;
Выберите несколько правильных ответов			
1.	Какие причины падения товарооборота без диверсификации аптечного ассортимента: А. Высокие торговые наценки;	Какие причины падения товарооборота без диверсификации аптечного ассортимента:	№23, с.12

	Б. Изменение стандартов лечения и списков ЖНВЛП; В. Низкая мотивированность персонала аптеки; Г. Увеличение числа аптек в вашем регионе.	Б. Изменение стандартов лечения и списков ЖНВЛП; Г. Увеличение числа аптек в вашем регионе.	
2.	Продажи космецевтических товаров зависят от: А. Цены; Б. Рекламы; В. Умения персонала показать исключительные качества товара; Г. Сезонности	Продажи космецевтических товаров зависят от: А. Цены; Б. Рекламы; В. Умения персонала показать исключительные качества товара;	№22, Стр 76-77
<b>Установите последовательность/Сопоставьте понятия</b>			
1.	1. Перечень наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, подлежащих контролю в Российской Федерации  2. Перечень товаров наряду с лекарственными препаратами, которые имеют право приобретать и продавать фармацевтические организации  3. Перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов для медицинского применения (ЖНВЛП)  А). ФЗ РФ от 12 апреля 2010 г. N 61-ФЗ  Б). Постановление Правительства РФ от 30 июня 1998 г. N 681  В). Постановление Правительства от 28 августа 2014 года №871	1. Перечень наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, подлежащих контролю в Российской Федерации –Б). Постановление Правительства РФ от 30 июня 1998 г. N 681  2. Перечень товаров наряду с лекарственными препаратами, которые имеют право приобретать и продавать фармацевтические организации –А). ФЗ РФ от 12 апреля 2010 г. N 61-ФЗ  3. Перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов для медицинского применения (ЖНВЛП) – В). Постановление Правительства от 28 августа 2014 года №871	ФЗ РФ от 12 апреля 2010 г. N 61-ФЗ;  ПП РФ от 30 июня 1998 г. N 681;  ПП РФ от 28 августа 2014 года №871

### Задания открытого типа

Ситуационные задачи/кейсы

№	Содержание задания	Правильный ответ	Источник
---	--------------------	------------------	----------

1.	Вам предстоит провести диверсификацию ассортимента средств для лечения гипертонической болезни. Какие группы препаратов должны быть представлены в ассортиментном портфеле?	Препараты первого ряда: 1. Диуретики 2. $\beta$ -Адреноблокаторы 3. Ингибиторы АПФ 4. Блокаторы медленных кальциевых каналов 5. Антагонисты рецепторов к ангиотензину II Также применяются $\alpha$ 1-Адреноблокаторы, центральные антагонисты $\alpha$ 2-адренорецепторов и селективные антагонисты имидазолиновых рецепторов	№ 3, стр 66
2.	Вам предстоит провести диверсификацию ассортимента средств для лечения сердечной недостаточности. Какие группы препаратов должны быть представлены в ассортиментном портфеле?	<b>Основные средства</b> 1. ИАПФ 2. $\beta$ -Адреноблокаторы 3. Антагонисты рецепторов к альдостерону 4. Сердечные гликозиды. 5. Антагонисты рецепторов к ангиотензину II 6. Диуретики. <b>Дополнительные средства:</b> 1) статины; 2) непрямые антикоагулянты <b>Вспомогательные средства•</b> 1) периферические вазодилататоры = (нитраты), 2) антиагреганты (ацетилсалициловая кислота)	№ 3, стр 391
3.	Вам предстоит провести диверсификацию ассортимента средств для лечения бронхиальной астмы. Какие группы препаратов должны быть представлены в ассортиментном портфеле?	Препараты для симптоматического лечения бронхиальной астмы 1. Короткодействующие $\beta$ 2-агонисты. 2. Системные глюкокортикоиды.	№3 Стр 473, 477

		<p>3. Антихолинергические препараты (М-холинолитики).</p> <p>4. Метилксантины короткого действия.</p> <p>5. Комбинированные короткодействующие бронходилататоры (<math>\beta</math>2-агонисты + антихолинергические препараты).</p> <p>Препараты для базисного лечения бронхиальной астмы</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ингаляционные глюкокортикоиды;</li> <li>2. антилейкотриеновые препараты;</li> <li>3. длительно действующие <math>\beta</math>2-агонисты (ДДБА);</li> <li>4. метилксантины длительного действия;</li> <li>5. кромоны;</li> <li>6. системные глюкокортикоиды;</li> <li>7. антитела к иммуноглобулину Е.</li> </ol>	
4.	<p>В ПРЕДДВЕРИИ РОСТА СЕЗОННЫХ ПРОСТУДНЫХ ЗАБОЛЕВАНИЙ АПТЕКА РАСШИРЯЕТ АССОРТИМЕНТРУЮ ГРУППУ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ЛЕЧЕНИЯ ОРЗ. ДАЙТЕ КЛАССИФИКАЦИЮ ЭТИХ СРЕДСТВ.</p>	<p>Этиотропные</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Противовирусные</li> <li>• Противомикробные</li> </ul> <p>Патогенетические</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Противовоспалительные</li> <li>• Противогистаминные</li> <li>• Отхаркивающие</li> <li>• Муколитические</li> <li>• Иммуномодуляторы</li> <li>– Содержащие интерфероны</li> <li>– Индукторы интерферона</li> <li>– Бактериальной природы</li> </ul> <p>Симптоматические</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Жаропонижающие лекарственные средства</li> <li>• Сосудосуживающие (антиконгестанты, противоотечные)</li> <li>• Бронхолитические</li> <li>• Противокашлевые</li> </ul>	№61,
5.	<p>Вам предстоит провести диверсификацию ассортимента пероральных гипогликемических средств. Какие группы препаратов</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ЛС, повышающие секрецию инсулина (секретагоги).</li> <li>• Производные сульфонилмочевины – глибенкламид;</li> </ol>	№3, стр. 648-649



	должны быть представлены в ассортиментном портфеле?	<ul style="list-style-type: none"> <li>– гликлазид;</li> <li>– гликвидон;</li> <li>– глимепирид;</li> <li>– глипизид;</li> <li>– хлорпропамид.</li> <li>• Меглитиниды: <ul style="list-style-type: none"> <li>– натеглинид;</li> <li>– репаглинид.</li> </ul> </li> <li>2. ЛС, преимущественно повышающие чувствительность периферических тканей к инсулину (сенситайзеры). <ul style="list-style-type: none"> <li>• Бигуаниды: <ul style="list-style-type: none"> <li>– метформин.</li> </ul> </li> <li>• Тиазолидиндионы <ul style="list-style-type: none"> <li>– пиоглитазон;</li> <li>– росиглитазон.</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>3. ЛС, нарушающие всасывание углеводов в кишечнике: <ul style="list-style-type: none"> <li>– акарбоза;</li> <li>– миглитол.</li> </ul> </li> </ul>	
--	---	---	--

Вопросы с развёрнутым ответом

№	Содержание задания	Правильный ответ	Источник
1.	Перечень товаров наряду с лекарственными препаратами, которые имеют право приобретать и продавать фармацевтические организации:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изделия медицинского назначения;</li> <li>-дезинфицирующие средства;</li> <li>-предметы и средства личной гигиены;</li> <li>-посуда для медицинских целей;</li> <li>-предметы и средства, предназначенные для ухода за больными, новорожденными и детьми, не достигшими возраста трех лет;</li> <li>-очковая оптика и средства ухода за ней;</li> <li>-минеральные воды;</li> <li>-продукты лечебного, детского и диетического питания;</li> <li>-биологически активные добавки;</li> <li>-лечебная парфюмерно-косметическая продукция;</li> <li>-медицинские и санитарно-просветительные печатные издания, предназначенные для</li> </ul>	ФЗ РФ от 12 апреля 2010 г. N 61-ФЗ, Ст. 55

		пропаганды здорового образа жизни	
2.	Виды аптечного ассортимента	<p>1. «Обязательный» включает в себя список жизненно-необходимых и важнейших лекарственных средств в качестве обязательного ассортиментного минимума. Следует учитывать правительственные ограничения, изданные в виде реестров, законов, приказов, перечней.</p> <p>2. Остальной ассортимент фармацевтических организаций называют «свободным», так как он формируется по рыночным законам соответствия спроса и предложения.</p>	№22, Стр. 18-19
3.	Скорость реализации. Дайте определение и назовите факторы, которые оказывают влияние на этот показатель.	<p>Скорость реализации - (количество продаваемых единиц товара в день) - величина переменная и определяется многими факторами, среди которых наибольшее значение имеют:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• расположение аптеки;</li> <li>• товарооборот аптеки;</li> <li>• спрос;</li> <li>• ценовая политика;</li> <li>• сезонность;</li> <li>• участие аптеки в реализации социальных программ;</li> <li>• сервисные услуги;</li> <li>• технология управления ассортиментом и товарными запасами;</li> <li>• реклама;</li> <li>• наличие определенных наименований в дистрибьюторском звене.</li> </ul>	№22, Стр 39
4.	Маркетинговый потенциал товара	Маркетинговый потенциал товара – это показатель отражающий потенциальную возможность получения прибыли при реализации товара. Это показатель возможной	№22, Стр 52

		доходности от его реализации, учитывающий спрос (скорость реализации), эффективность использования оборотных средств и вклад каждого наименования аптечного ассортимента (НАА) в ТО.	
5.	Классификация наименований аптечного ассортимента по эластичности спроса	<p>I. – наименования, пользующиеся высокой стабильностью (вариация продаж не более 20%)</p> <p>II. - наименования, пользующиеся средней стабильностью (вариация продаж 50%)</p> <p>III. - наименования, пользующиеся низкой стабильностью (вариация продаж 50-100%)</p> <p>IV. - наименования, пользующиеся непредсказуемым спросом(вариация продаж более 100%) -препарат может быть продан, но с равной вероятностью, может быть и не реализован в течении 3-4 недель</p>	№22, Стр 50

		Знать
ПК – 6	готовность к оценке экономических и финансовых показателей, применяемых в сфере обращения лекарственных средств	Основные направления государственной социальной и финансовой политики в области лекарственного обеспечения

#### Задания закрытого типа

№	Содержание задания	Правильный ответ	Источник
	Выберите один правильный ответ		

1.	Чем определяется маркетинговый потенциал лекарственных средств: А. Вхождением в стандарты лечения; Б. Ценой на препараты; В. Спросом; Г. Мотивированностью персонала.	Чем определяется маркетинговый потенциал лекарственных средств: А. Вхождением в стандарты лечения	№22, Стр 52
2.	Аптечные организации, индивидуальные предприниматели, имеющие лицензию на фармацевтическую деятельность: А. Обязаны обеспечивать минимальный ассортимент лекарственных препаратов, утвержденный Постановлением правительства РФ; Б. Обеспечивают минимальный ассортимент лекарственных препаратов, установленный локальным нормативным актом; В. Могут обеспечивать минимальный ассортимент лекарственных препаратов в зависимости от товарооборота; Г. Не обязаны обеспечивать минимальный ассортимент лекарственных препаратов, утвержденный Постановлением правительства РФ.	Аптечные организации, индивидуальные предприниматели, имеющие лицензию на фармацевтическую деятельность: А. Обязаны обеспечивать минимальный ассортимент лекарственных препаратов, утвержденный Постановлением правительства РФ	ФЗ РФ от 12 апреля 2010 г. N 61-ФЗ;
Выберите несколько правильных ответов			
1.	Какие товары аптечного ассортимента можно отнести к проблемным: А. Реализация которых сопряжена с рисками; Б. Незнакомые потребителю; В. Без значимых преимуществ перед существующими; Г. Товары с высокими торговыми наложениями.	Какие товары аптечного ассортимента можно отнести к проблемным: А. Реализация которых сопряжена с рисками; Б. Незнакомые потребителю; В. Без значимых преимуществ перед существующими;	№22, Стр 78
2.	К проблемным товарам аптечного ассортимента могут быть отнесены: А. Препараты, впервые появившиеся на рынке; Б. Рекламируемые в СМИ; В. Товары с низкими торговыми наложениями; Г. Дорогостоящие препараты без особых свойств.	К проблемным товарам аптечного ассортимента могут быть отнесены: А. Препараты, впервые появившиеся на рынке; Г. Дорогостоящие препараты без особых свойств.	№ 22, Стр 79

Установите последовательность/Сопоставьте понятия			
1.	А) глюкокортикоиды Б) антагонисты лейкотриенов В) антитела к Ig E С) кромоны <hr/> 1) ___ омализумаб (ксолар) 2) будесонид 3) зафирлукаст 4) недокраamil натрия	А) глюкокортикоиды-будесонид Б) антагонисты лейкотриенов - зафирлукаст В) антитела к Ig E-омализумаб (ксолар) С) кромоны- недокраamil натрия	№3, стр 473

### Задания открытого типа

#### Ситуационные задачи/кейсы

№	Содержание задания	Правильный ответ	Источник
1.	<p>Вам предстоит провести анализ причин изменения продаж ЛС и других товаров аптечного ассортимента в вашей аптеке. На какие факторы Вы обратите внимание.</p>	1. Увеличение плотности розничных аптечных организаций; 2. Появление и увеличение числа дженерических (более дешевых) препаратов; 3. Появление значительного числа иных конкурентных наименований этой товарной группы; 4. Изменение технологий (стандартов, схем) лечения конкретного заболевания, когда роль (место) одной группы уменьшается, а другой увеличивается. 5. Устаревшие наименования лекарственных средств, не имеющие преимуществ перед новыми препаратами 6. Усиление или ослабление рекламных акций, активности медицинских представителей (приводит к росту продаж и наоборот).	№ 22, Стр. 70-71

2.	Вам предстоит ввести в ассортимент аптеки новые товарные группы. Проведите анализ условий, минимизирующих риски при введении новых товарных групп в аптечный ассортимент.	<p>1. Наличие исключительных, существенных свойств, достоинств, преимуществ у вводимого в аптечный ассортимент товара, товарной группы, учет жизненного цикла товара</p> <p>2. Привлечение значительных средств фирмы производителя или дистрибьютора по формированию лояльного отношения промежуточных и конечных потребителей к товарной группе или конкретному товару (СМИ, конференции, симпозиумы, семинары, школы и др.)</p> <p>3. Подготовка персонала (фармацевтических специалистов) к эффективному позиционированию конкретного товара, вводимого в аптечный ассортимент (тренинги, визиты-беседы медицинских и иных представителей фирм-производителей, дистрибьюторов, промоушнакции, организация выставок товаров, самообразование, техучеба)</p> <p>4. Активная, постоянная (длительная) работа медицинских представителей по продвижению товара, формированию лояльного отношения к нему промежуточных и конечных потребителей</p> <p>5. Условия приобретения товара: первоначально – лучше на реализацию или с большей отсрочкой платежа (30-45 дней), менее приемлема отсрочка платежа на 15-20 дней. Оплата по факту увеличивает риск</p> <p>6. Мониторинг маркетингового потенциала всей товарной</p>	№ 22, Стр 74-75
----	---	--	--------------------

		<p>группы и отдельных товарных позиций. Анализ возможных пределов в ценообразовании. Наличие потенциальных покупателей, предполагаемый объем продаж</p> <p>7. Постоянный SWOT-анализ, разделение товара по матрице Бостонской консультационной группы, анализ динамики продаж и эффективности использования оборотных средств, вложенных в товар (товарную группу)</p>	
3.	Вам предстоит подготовить характеристику ассортимента фармацевтической организации. Какие показатели Вы будете использовать?	Для характеристики ассортимента фармацевтической организации применяются следующие основные показатели: широта, полнота, глубина, структура, устойчивость, новизна ассортимента, индекс обновления ассортимента, ассортиментный минимум, рациональность, гармоничность	№ 22, стр 16
4.	Чтобы решить, когда и сколько заказывать определенного товара какие факторы Вы будете учитывать?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. какое количество имеется в остатке;</li> <li>2. сколько продается в день (неделю, месяц);</li> <li>3. какова эластичность спроса и, исходя из этого, какие должны быть резервные запасы, «перекрывающие» спонтанные колебания спроса;</li> <li>4. на какой срок формируется запас</li> </ol>	Л№25, с 6
5.	Вам предстоит провести анализ эффективности управления товарными запасами. На какие критерии Вы будете опираться?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. скорость реализации отдельных наименований аптечного ассортимента;</li> <li>2. влияние отдельных наименований аптечного ассортимента на товарооборот, маркетинговый потенциал, эластичность спроса;</li> <li>3. товарооборот аптеки;</li> <li>4. расположение аптеки;</li> <li>5. сезонность;</li> <li>6. курсовая доза (так запасы антибиотиков, особенно</li> </ol>	№25, с 3

		инъекционных должны формироваться из расчета на курс лечения: цефотаксим 5-20г., пенициллин 10-20 млн. ЕД и т.д.); 7. наличия собственных оборотных средств	
--	--	--	--

Вопросы с развёрнутым ответом

№	Содержание задания	Правильный ответ	Источник
1.	Факторы, определяющие коммерческий успех диверсификации аптечного ассортимента	1. правильно выбранный товар; 2. умение его позиционировать; 3. усилия производителей и всех звеньев товаропроводящей системы, направленной на формирование лояльности к продукту; 4. стратегия ценообразования. 5. обученность персонала	№22, Стр. 72
2.	Три основных свойства товара	Свойства (С); Достоинства (Д); Преимущества (П), ( концепцию СДП или FAB (Features, Advantages, Benefits)	№ 22, Стр 73
3.	SWOT-анализ	SWOT-анализ – термин, представляющий собой аббревиатуру первых букв слов: S - strengths (сильные стороны), W weaknesses (слабые стороны), O - opportunities (возможности), T - threats (угрозы). В разделах «O» и «T» SWOT-анализа отражаются результаты изучения влияния факторов внешнего окружения, а именно, создаваемых ими возможностей и угроз, для успешного производства и обращения фармацевтического товара на рынке. В разделах «S» и «W» осуществляется оценка факторов внутренней среды объекта анализа, сильных и слабых сторон конкретного товара, в частности оценка его товарных характеристик, их востребованности у промежуточных и конечных потребителей. Сильные стороны -	№24, с. 36



		<p>всё, что определяет востребованность конкретного товара, его уникальные качества, то, что обеспечивает конкурентные преимущества. Слабые стороны - то, что ставит товар в худшие условия по сравнению с конкурентами.</p>	
4.	<p>Методы анализа ассортимента фармацевтических организаций</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ABC-анализ ассортимента;</li> <li>- по спросу (скорости реализации) той или иной ассортиментной позиции;</li> <li>- ABC-XYZ анализ (анализ ассортимента по маркетинговому потенциалу, позволяющий определить какие товарные группы (или отдельные наименования) при определенных условиях могут в большей или меньшей степени влиять на доход);</li> <li>- по стадии жизненного цикла того или иного лекарственного препарата.</li> </ul> <p>Кроме того, анализ ассортимента фармацевтических организаций проводится по таким признакам как: соотношение отечественных и зарубежных лекарств; принадлежность к оригинальным или дженерическим препаратам; форма отпуска лекарственного препаратов (рецептурный/безрецептурный); включение в перечни, регламентируемые государством; степень эластичности спроса</p>	<p>№24, с15-18</p>
5.	<p>Проблемный ассртимент. Понятие. Виды проблемного ассортимента.</p>	<p>Проблемный ассортимент – ряд лекарственных средств и ИМН, пользующихся пассивным или эксклюзивным спросом, который сложно предсказать, что, в конечном итоге, может привести либо к отсутствию данного товара в аптеке, либо к затовариванию и невозможности его реализации.</p> <p>К категории проблемных товаров можно отнести:</p>	<p>№ 22, Стр 78-79</p>

		1. Новые товары, впервые появившиеся на рынке 2. Дорогостоящие препараты 3. Препараты специфического действия	
--	--	---	--

### 3. Критерии и шкала оценивания по оценочному средству

#### 1. Тест

Шкала оценивания	Критерий оценивания
Согласно БРС ВолгГМУ: -61 – 75% <b>Удовлетворительно (3)</b> - 76 – 90% <b>Хорошо (4)</b> -91-100 <b>Отлично (5)</b>	<b>% ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАДАНИЯ</b>  61 – 75 76– 90 91 – 100

#### 2. Ситуационная задача

Шкала оценивания	Критерий оценивания
При соответствии - трем критериям <b>Удовлетворительно (3)</b> - четырем критериям <b>Хорошо (4)</b> -пяти критериям <b>Отлично (5)</b>	1. Полнота знания учебного материала по теме занятия
	2. Знание алгоритма решения
	3. Уровень самостоятельного мышления
	4. Аргументированность решения
	5. Умение увязывать теоретические положения с практикой, в том числе и с будущей профессиональной деятельностью

#### 3. Контрольная работа

Шкала оценивания	Критерий оценивания
При соответствии - трем критериям <b>Удовлетворительно (3)</b> - четырем критериям <b>Хорошо (4)</b> -пяти или шести критериям <b>Отлично (5)</b>	1. Краткость
	2. Ясная, четкая структуризация материала, логическая последовательность в изложении материала
	3. Содержательная точность, то есть научная корректность
	4. Полнота раскрытия вопроса
	5. Наличие образных или символических опорных компонентов
	6. Оригинальность индивидуального представления материала (наличие вопросов, собственных суждений, своих символов и знаков и т. п.)

#### 4. Собеседование

Шкала оценивания	Критерий оценивания
<p>При соответствии - трем критериям <b>Удовлетворительно (3)</b></p> <p>- четырем критериям <b>Хорошо (4)</b></p> <p>-<b>пяти</b> или <b>шести</b> критериям <b>Отлично (5)</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Краткость</li> <li>2. Ясная, четкая структуризация материала, логическая последовательность в изложении материала</li> <li>3. Содержательная точность, то есть научная корректность</li> <li>4. Полнота раскрытия вопроса</li> <li>5. Наличие образных или символических опорных компонентов</li> <li>6. Оригинальность индивидуального представления материала (наличие вопросов, собственных суждений, своих символов и знаков и т. п.)</li> </ol>