

ТЕСТУВАННЯ.УКР Бази тестів

Буклет ММФ року

Цей тест можна пройти в режимі онлайн тестування на сайті <https://тестування.укр/testkrok/studing/188>

Це офіційні тести з сайту Центру тестування <https://www.testcentr.org.ua/>

1. В акціонерному товаристві з виробництва і реалізації лікарських препаратів, створена структура для роботи з різними організаціями-споживачами. Дана організаційна структура є:
 - A. Дивізійною *
 - B. Лінійно-функціональною
 - C. Департаменталізацією
 - D. Матричною
 - E. Бюрократичною
2. Фармацевтична фірма орієнтується у своїй діяльності на реалізацію різноманітного асортименту продукції, різні групи споживачів і регіони. Який тип організаційної структури характерний для даної фірми?
 - A. Дивізійний *
 - B. Бюрократичний
 - C. Функціональний
 - D. Централізований
 - E. Децентралізований
3. Фармацевтичне підприємство з метою планування своєї діяльності аналізує витрати, визначає джерела їхнього покриття, розробляє план забезпечення прибутковості і ліквідності. За яким напрямком (розділом) бізнес-плану проводиться збір і аналіз відповідної інформації?
 - A. Фінансовий план *
 - B. План маркетингу
 - C. План виробництва продукції (виконання робіт, послуг)
 - D. Резюме бізнес-плану
 - E. -
4. 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. Все це здійснюється з застосуванням:
 - A. Автоматизована система управління *
 - B. Автоматизоване робоче місце
 - C. Автоматизована навчально-контролююча система
 - D. Інформаційно-управлінська система
 - E. Автоматизована інформаційно-пошукова система

5. Фахівцями відділу маркетингу фармацевтичної фірми, що впроваджує на ринок новий антидіабетичний препарат, було проведене анкетування 230 лікарів ендокринологів. Який метод маркетингових досліджень використаний?
- A. Опитування *
 - B. Спостереження
 - C. Експеримент
 - D. Панель
6. Підприємство фармацевтичного профілю, що досягло високих показників обсягів збуту власної продукції і визнання покупців дістане максимальний прибуток на наступному етапі життєвого циклу товару:
- A. Зрілості *
 - B. Впровадження на ринок
 - C. Росту
 - D. Спаду
 - E. Розробки
7. Фармацевтична фірма з метою визначення ринкової ніши для свого товару, його особливостей і характерних рис, що відрізняють його від товарів-конкурентів використовувала:
- A. Позиціювання товару *
 - B. Сегментування ринку
 - C. Визначення місткості ринку
 - D. Зміна маркетингової стратегії фірми
 - E. Рекламу товару
8. Маркетолог фармацевтичної фірми, проводячи маркетингові дослідження ринку вітамінних препаратів по параметрах, що включає терапевтичну ефективність, попит та пропозицію, використовує наступний метод:
- A. Метод експертних оцінок *
 - B. Метод математичної статистики
 - C. Графічний метод
 - D. Метод вкопіювання первинної медичної документації
 - E. -
9. Маркетолог фармацевтичної фірми з роздрібною реалізацією лікарських засобів при аналізі прайс-листів оптових фірм, заводів-виробників до ключового фактору вибору постачальника відносить:
- A. асортиментно-цінову характеристику продукції *
 - B. багатофункціональність товару
 - C. якість постпродажного сервісу
 - D. обсяг пропозиції
 - E. економічну кон'юнктуру
10. Проведення маркетингових досліджень по окремих фармацевтичних групах передбачає збір і аналіз первинної інформації, що відноситься до наступного методу маркетингових

досліджень:

- A. "польові" дослідження *
 - B. "кабінетні" дослідження
 - C. дослідження ринку лікарських засобів
 - D. дослідження споживачів лікарських засобів
 - E. дослідження збутової мережі фармацевтичного ринку
11. 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:
- A. Діагностика проблеми. *
 - B. Визначення альтернатив
 - C. Оцінка альтернатив.
 - D. Вибір альтернатив.
 - E. Формулювання обмежень та критеріїв прийняття рішень.
12. 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?
- A. Етика бізнесу *
 - B. Фармацевтична етика
 - C. Фармацевтична деонтологія
 - D. Етика керівника
 - E. Етика підлеглого
13. У провізора аптеки Козменко І.В. виникла трудова суперечка з керівництвом аптеки з приводу переносу його щорічної відпустки. Куди повинен звернутися працівник для оскарження рішення адміністрації аптеки ?
- A. у комісію з трудових суперечок(КТС) *
 - B. у профспілковий комітет
 - C. до керівництва вищих органів управління фармслужбою на обласному рівні
 - D. у МОЗ України
 - E. до арбітражного суду
14. Ринок характеризується такими умовами: наявністю великої кількості продавців та покупців, які не впливають на рівень поточних цін; наявністю однорідних та взаємозамінних конкуруючих товарів; відсутністю цінових обмежень. Вкажіть тип ринку:
- A. Ринок чистої конкуренції *
 - B. Ринок монополістичної конкуренції
 - C. Олігополістичний ринок
 - D. Ринок чистої монополії
 - E. -
15. Із запропонованих принципів сегментації ринку виберіть принцип, який найчастіше застосовується при вивченні ринку лікарських засобів:

- A. Демографічний *
 - B. Поведінський
 - C. Психологічний
 - D. Психографічний
 - E. Соціально-економічний
16. Українська фармацевтична фірма організувала за кордоном дочірнє підприємство. До якої форми організації міжнародного бізнесу це відноситься:
- A. Пряме володіння *
 - B. Прямий експорт
 - C. Ліцензування
 - D. Виробництво лікарських засобів за контрактом
 - E. Спільне підприємство
17. Графік залежності "ціна - попит" представлений горизонтальною лінією. Вкажіть вид попиту?
- A. Абсолютно еластичний *
 - B. Еластичний
 - C. Нееластичний
 - D. Унітарний
 - E. Абсолютно нееластичний
18. Регулювання стимулів праці, які спонукають до виконання певної роботи, у теорії управління називається функцією:
- A. Мотивації *
 - B. Планування
 - C. Організації
 - D. Контролю
 - E. Координації
19. Якому варіанту товарної стратегії властиве виведення на ринок товару, розрахованого на найбільші сегменти ринку та на найбільшу кількість покупців
- A. Недиференційований маркетинг *
 - B. Диференційований маркетинг
 - C. Концентрований маркетинг
 - D. Диверсифікація
 - E. Варіація
20. Якому поняттю відповідає твердження: "... - це сфера обміну, що характеризується системою економічних відносин між виробниками та споживачами товарів"
- A. Ринок *
 - B. Маркетинг
 - C. Збут
 - D. Угода
 - E. Менеджмент

21. У якій фазі життєвого циклу лікарського засобу обсяг його продажу є максимальним ?
- A. Зрілості *
 - B. Спаду
 - C. Насичення
 - D. Росту
 - E. Виходу на ринок
22. Сукупність принципів, які визначають правила поведінки фармацевтичних працівників, - це
- A. Етика *
 - B. Деонтологія
 - C. Етикет
 - D. Соціальна відповідальність
 - E. Культура
23. Який із препаратів-аналогів є найбільш конкурентоспроможним, якщо у результаті визначення їх коефіцієнтів конкурентоспроможності отримані такі результати
- A. 2,0 *
 - B. 1,15
 - C. 1,7
 - D. 0,73
 - E. 0,53
24. Який тип каналу товароруку продукції медичного призначення є найкоротшим?
- A. Нульовий *
 - B. Чотирирівневий
 - C. Трирівневий
 - D. Дворівневий
 - E. Однорівневий
25. До якого виду документообігу відносяться документи особового складу організації ?
- A. Управлінського *
 - B. Фармацевтичного
 - C. Наукового
 - D. Розпорядчого
 - E. Довідково-інформаційного
26. Якій серед наведених груп лікарських засобів притаманний "сезонний " вид життєвого циклу
- A. Противірусні *
 - B. Антикоагулянти
 - C. Антидіабетичні
 - D. Анаболічні
 - E. Антибластомні

27. Фармацевтична фірма, бажаючи зміцнити свої ринкові позиції в умовах конкурентного середовища, вирішує при здійсненні товарної політики використовувати товарні марки. Для чого призначена товарна марка?
- A. Диференціювання лікарських засобів на ринку серед лікарських засобів конкурентів *
 - B. Забезпечення лікарським засобам необхідної якості
 - C. Обґрунтування більш високої ціни на лікарський засіб
 - D. Всі відповіді вірні
 - E. Вірної відповіді немає
28. 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?
- A. Удосконалення товару *
 - B. Удосконалення виробництва
 - C. Сучасного маркетингу
 - D. Всі відповіді вірні
 - E. Правильної відповіді немає
29. Регіональний медичний представник іноземної фірми для характеристики територіального фармацевтичного ринку використовує дані періодичної преси та довідково-статистичної літератури. Який вид дослідження ринку ґрунтується на використанні вказаних джерел?
- A. Кабінетні дослідження *
 - B. Польові дослідження
 - C. Не відноситься до досліджень
 - D. Всі відповіді правильні
 - E. Правильної відповіді немає
30. При формуванні системи маркетингових комунікацій фірма повинна враховувати характеристики кожного із засобів просування лікарського засобу на ринку. Яка з нижченаведених характеристик властива рекламі?
- A. Знеособленість (не особиста комунікація) *
 - B. Немасова комунікація
 - C. Двохстороння комунікація
 - D. Всі відповіді правильні
 - E. Правильної відповіді немає
31. Під час працевлаштування на роботу на конкретну посаду молодого фахівця ознайомлюють з його правами та обов'язками. Яким документом регулюються права і обов'язки аптечних працівників?
- A. Посадовою інструкцією *
 - B. Внутрішнім трудовим розпорядком
 - C. Кодексом законів про працю
 - D. Всі відповіді вірні
 - E. Вірної відповіді немає

32. Керівник аптеки не погоджується зі змістом акту обстеження аптеки. Які дії керівника є правомірними в даній ситуації
- A. Керівник підписує акт і направляє скаргу у вищу організацію *
 - B. Керівник не підписує акт
 - C. Керівник підписує акт, але письмово складає заперечення до акту
 - D. Правильної відповіді немає
33. Завідувач аптеки при прийнятті на роботу провізора, уклав з ним трудовий договір і встановив випробувальний термін. Чи дозволяється розірвання трудового договору під час випробувального терміну
- A. Дозволяється *
 - B. Лише після закінчення випробувального терміну
 - C. Не дозволяється
 - D. Дозволяється, як виняток
 - E. Як правило, не дозволяється
34. Колективний договір укладається профспілковим комітетом від імені трудового колективу підприємства з власником. Форма укладання колективного договору – письмова. Який термін дії колективного договору?
- A. 1 рік *
 - B. 2 роки
 - C. 3 роки
 - D. за згодою сторін
 - E. не регламентується
35. При укладанні трудового договору встановлено випробування з метою перевірки відповідності працівника дорученій йому роботі. Випробування не встановлюється при прийманні на роботу осіб, котрі не досягли:
- A. 18 років *
 - B. 20 років
 - C. 22 років
 - D. 19 років
 - E. 21 року
36. Між провізором і завідувачем аптекою виникла трудова суперечка згідно переносу строку відпустки. Провізор звернувся в комісію по трудових суперечках. Впродовж кількох днів розглядається суперечка в комісії з трудових суперечок від дня подання заяви?
- A. 10 днів *
 - B. 5 днів
 - C. 3 днів
 - D. 1 тиждень
 - E. 1 місяць
37. Фармацевтична оптова фірма для стимулювання збуту товару представляє своїм клієнтам знижку на основі соціальної домовленості і при умові їх постійності як клієнтів. Визначте вид знижки:

- A. бонусна *
- B. дилерська
- C. сезонна
- D. знижки за кількість товару, який купують
- E. -

38. На фармацевтический рынок Украины поступило новое лекарственное средство. Известно, что торговля им убыточна: низок объем продаж, велики маркетинговые расходы. В какой фазе жизненного цикла находится данное лекарственное средство:
- A. внедрение *
 - B. рост
 - C. зрелость
 - D. насыщение
 - E. спад
39. Для изучения рынка потребителей лекарственных препаратов антигистаминного действия фирма приняла решение о проведении маркетинговых исследований. Укажите какой этап исследований является первоочередным:
- A. определение проблемы и формирование целей исследования; *
 - B. сбор и анализ вторичной информации;
 - C. разработка плана сбора первичной информации;
 - D. сбор и анализ первичной информации;
 - E. составление отчета.
40. Для проведения маркетинговых исследований по изучению рынка потребителей препаратов желчегонного действия изучаемого региона фирма определила проблему и сформулировала цели исследования. К какому этапу исследования ей необходимо приступить далее:
- A. сбор и анализ вторичной информации; *
 - B. разработка плана сбора первичной информации;
 - C. сбор первичной информации;
 - D. анализ первичной информации;
 - E. составление отчета.
41. Фармацевтична фірма при розробці рекламної стратегії просування безрецептурних ліків передбачає визначення цільової аудиторії. Яка з названих видів реклами зумовлює найвищу вибірковість аудиторії споживачів:
- A. реклама на місці продажу *
 - B. реклама на радіо
 - C. реклама на транспорті
 - D. реклама у друкованих виданнях
 - E. реклама на ТБ
42. При аналізі показників реалізації лікарського препарату спостерігається розширення ринку, абсолютний зріст запасів препарату у виробника, зниження темпів росту продаж, інтенсивна конкуренція. На якому етапі життєвого циклу товару знаходиться лікарський

препарат:

- A. зрілість *
- B. впровадження
- C. зростання
- D. розробка
- E. насичення та спадання

43. Службою маркетингу здійснено перевірку результатів роботи фармацевтичної фірми на підставі вивчення даних реалізації середньострокових планів, розвитку ринкових сегментів, контроль бюджету та фінансовий аналіз. Даний рівень маркетингового контролю є:
- A. контроль тактичного планування *
 - B. контроль глобальних цілей та стратегій фірм
 - C. контроль планових гіпотез та прогнозів
 - D. контроль стратегічного планування
 - E. контроль оперативного планування
44. На цей час у теорії менеджменту виділяють чотири найважливіші підходи до управління. Вкажіть підхід, який не використовується у теорії менеджменту.
- A. структурний *
 - B. процесний
 - C. системний
 - D. ситуаційний
 - E. підхід з позицій виділення різних шкіл
45. Завідуючий аптечним підприємством з метою уточнення умов поставки лікарських препаратів телефонує менеджеру оптової фармацевтичної фірми. До якого типу відносяться дані комунікації:
- A. зовнішні *
 - B. внутрішні
 - C. вертикальні
 - D. межрівневі
 - E. горизонтальні
46. Провізор аптечного підприємства звільнився за власним бажанням і приступив до роботи менеджером оптової фармацевтичної фірми. До якого виду відноситься такий рух кадрів?
- A. плинність кадрів *
 - B. ротація кадрів
 - C. підвищення на посаді
 - D. вербування кадрів
 - E. підвищення кваліфікації
47. Відома фармацевтична фірма на ліцензійній основі передає право використовувати свій товарний знак невеликому підприємству. Вкажіть назву цієї дії:
- A. Франчайзинг *
 - B. Мерчандайзинг

- C. Сертифікація
- D. Комплектування
- E. Експеримент

48. Одним з перших етапів підприємницької діяльності є реєстрація підприємства в органах влади. Які з перелічених нижче документів не потрібно подавати до місцевих органів влади для державної реєстрації підприємства?
- A. Картку зі зразками підписів директора і головного бухгалтера *
 - B. Реєстраційну картку
 - C. Платіжний документ, що свідчить про сплату реєстраційного збору
 - D. Документ, що підтверджує сплату власником внеску до статутного фонду
 - E. Установчі документи
49. Фармацевтичне підприємство після реєстрації повинно відкрити рахунок у банку. Який з перелічених нижче документів не є підставою для відкриття рахунку в банку підприємством – юридичною особою?
- A. копія установчого договору *
 - B. Свідоцтво про державну реєстрацію
 - C. Заява на відкриття рахунку, підписана керівником та головним бухгалтером
 - D. Копія документа, що підтверджує взяття підприємства на податковий облік
 - E. Картка із зразками підписів осіб, які будуть підписувати і розпоряджатися фінансовими документами
50. Діяльність керівника пов'язана з прийняттям управлінських рішень, які спрямовані на досягнення цілей організації. Які з наведених рішень не відносяться до таких, що класифікують за способом обґрунтування?
- A. стандартні *
 - B. інтуїтивні
 - C. рішення, що базуються на висновках
 - D. раціональні
 - E. вірної відповіді немає
51. За ініціативою фірми-виробника вносяться зміни в анотацію препарату з метою обмеження його використання. Який вид маркетингу використовує фірма у даному випадку?
- A. протидіючий маркетинг *
 - B. конверсійний маркетинг
 - C. ремаркетинг
 - D. синхромаркетинг
 - E. стимулюючий маркетинг
52. Фірма здійснює аналіз маркетингового "портфеля" на основі матриці "Бостон консалтинг груп". Яка пріоритетна маркетингова стратегія може бути використана фірмою для лікарського засобу, що перебуває в ранзі "Дійна корова"?
- A. лікарський засіб займає позицію стабільного лідера на доволі зрілому ринку *
 - B. лікарський засіб із низькою часткою на ринках, що повільно зростають..

- C. лікарський засіб із низькою ринковою часткою на ринках, які швидко розвиваються.
 - D. лікарський засіб із високою часткою ринку або такою, що інтенсивно зростає, потребує значних коштів для фінансування росту, приносить прибутки або має потенціал значних прибутків
 - E. усі відповіді правильні
53. 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?
- A. групових марок *
 - B. індивідуальних марок
 - C. марок для окремих препаратів
 - D. поєднання фірмового імені з індивідуальною маркою препарату
 - E. багатомарочного підходу
54. Споживачі з довірою сприймають нові безрецептурні лікарські засоби, якщо вони з'являються на ринку під добре відомою товарною маркою. Яке значення має ціна препарату для споживача, якщо існує стійка прихильність до марки?
- A. ціна не має вирішального значення *
 - B. споживач насамперед звертає увагу на ціну
 - C. споживач звертає увагу на ціну, якщо на ринку з'явився біологічно еквівалентний препарат іншого відомого виробника
 - D. всі відповіді вірні
 - E. вірної відповіді немає
55. З метою повнішого охоплення різних ринків фірма "Лубнифарм" частину своєї продукції реалізовує через фірмові аптеки, другу частину - через дистриб'юторів і третю - через аптеки інших власників. Які маркетингові системи розподілу використовує дана фірма:
- A. багатоканальні маркетингові системи *
 - B. горизонтальні маркетингові системи
 - C. корпоративні маркетингові системи
 - D. договірні маркетингові системи
 - E. керовані маркетингові системи
56. Рекламну діяльність в галузі фармації контролює і регламентує держава, зокрема Закон України "Про рекламу". Які відомості не заборонено розміщувати в рекламі про лікарські засоби?
- A. інформацію щодо використання або застосування безрецептурних лікарських засобів *
 - B. відомості, які можуть справити враження, що за умови вживання лікарського засобу медична консультація з фахівцем не є необхідна
 - C. інформацію про те, що лікувальний ефект від приймання лікарського засобу є абсолютно гарантований
 - D. відомості про те, що лікарський засіб є продуктом харчування, косметичним чи іншим продуктом для вживання
 - E. інформацію про те, що косметичні засоби, харчові продукти, вітамінні чи інші харчові домішки мають лікувальні властивості, якщо наявність таких властивостей

не доведена за встановленим порядком

57. Однією з важливих характеристик ринку є товарна кон'юнктура. Для якого виду товарної кон'юнктури характерні відносна стійкість високих цін і найбільша активність споживачів та постачальників?
- A. високої (стабільної) кон'юнктури *
 - B. затихаючої кон'юнктури
 - C. спадаючої кон'юнктури
 - D. млявої кон'юнктури
 - E. низької кон'юнктури
58. Провізор після закінчення вузу приступив до роботи у відділі збуту оптової фармацевтичної фірми. Які основні завдання цього функціонального підрозділу суб'єкта господарювання?
- A. Він вирішує задачі, кому, скільки і на яких умовах реалізувати лікарські засоби. *
 - B. Ним вирішуються задачі, в кого, на яких умовах і коли закупити лікарські засоби.
 - C. Він вирішує задачі, які ліки закупити, скільки закупити і чим зацікавити можливого покупця.
 - D. Ним вирішуються задачі, в кого закупити і як реалізувати лікарські засоби.
 - E. Він вирішує задачі, які ліки і на яких умовах закупити.
59. Підприємство-виробник планує реалізовувати новий лікарський засіб через фірмові аптеки. Яка стратегія розподілу лікарських засобів буде задіяна?
- A. Пряма *
 - B. Ешелована
 - C. Гнучка
 - D. Горизонтальної інтеграції
 - E. Вертикальної інтеграції
60. Фармацевтична фірма планує запропонувати нові лікарські засоби на існуючому ринку. Якою маркетинговою можливістю скористається фірма?
- A. Розвитку асортименту лікарських засобів *
 - B. Глибшого проникнення на ринок
 - C. Розширення меж ринку
 - D. Диверсифікації виробництва
 - E. Інтеграції виробництва
61. Попит на лікарські засоби залежить від багатьох факторів. Який з факторів не впливає на еластичність попиту?
- A. 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

62. Комунікації - це процес обміну інформацією. Комунікації між відділами і підрозділами організації це:
- A. Внутрішні горизонтальні організаційні комунікації *
 - B. Зовнішні організаційні комунікації
 - C. Неформальні організаційні комунікації
 - D. Внутрішні вертикальні організаційні комунікації
 - E. Міжрівневі комунікації
63. В організації певним чином розподіляється праця. Як називається розподіл праці, що передбачає створення рівнів управління та ієрархію підлеглості?
- A. Вертикальний розподіл праці *
 - B. Горизонтальний розподіл праці
 - C. Вертикально-горизонтальний розподіл праці
 - D. Діагональний розподіл праці
 - E. -
64. При утвердженні правил внутрішнього трудового розпорядка, на початковому етапі створення аптечного підприємства стоїть питання про тривалість перерыва надаваного працівникам протягом робочого дня. Якою повинна бути тривалість перерыва згідно КЗоТ України?
- A. не більше 2 годин *
 - B. не більше 1 години
 - C. не менше 3 годин
 - D. 2,5 години
 - E. -
65. В теорії менеджменту процес контролю, незалежно від його видів, розділяється на три етапи. Яке з наведених тверджень не стосується етапів процесу контролю?
- A. вибір методу контролю *
 - B. порівняння результатів з нормами та виявлення відхилень
 - C. розробка стандартів і критеріїв
 - D. зміна стандартів і корекція дій
 - E. -
66. В основі концепції соціально-етичного маркетингу лежить збалансування трьох факторів. Який з перерахованих факторів не стосується наведених?
- A. матеріально-технічна база *
 - B. покупці (задоволення потреб)
 - C. підприємство (прибуток)
 - D. суспільство (благополуччя людей)
 - E. всі відповіді правильні
67. Виробник лікарських засобів формує систему розподілу продукції. При цьому він орієнтується на максимальне залучення мережі посередників. Яким видом продажу вибирає виробник

- A. интенсивный *
- B. Селективный
- C. Эксклюзивный
- D. Смешанный
- E. -

68. 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?
- A. Франчайзинг *
 - B. Мерчандайзинг
 - C. Використання марки дилера
 - D. Використання товарного знака
 - E. Використання марки виробника
69. Шлях від виробника до кінцевого споживача лікарський засіб проходить за схемою: виробник ---> гуртова фірма ---> аптека ---> кінцевий споживач. Визначте рівень канал збуту.
- A. Дворівневий канал *
 - B. Однорівневий канал
 - C. Трирівневий канал
 - D. Канал нульового рівня
 - E. Чотирьохрівневий канал
70. Якому поняттю відповідає дане твердження: "...- це визначення особливостей товару, характерних рис, що відрізняють даний товар від аналогічних товарів-конкурентів
- A. позиціонування товару *
 - B. асортимент товару
 - C. якість товару
 - D. попит на товар
 - E. споживча цінність товару
71. В аптеці існують керівники вищої, середньої та низової ланки. При цьому рівні управління утворюються за рахунок:
- A. Вертикального розподілу праці *
 - B. Горизонтального розподілу праці
 - C. Вертикально-горизонтального розподілу праці
 - D. Діагонального розподілу праці
 - E. Шахового розподілу праці
72. В управлінні фармацевтичною фірмою використовуються американський та японський підходи. Виберіть характерну ознаку японської моделі управління:
- A. Колективна відповідальність *
 - B. Індивідуальний процес прийняття рішень
 - C. Швидка оцінка і просування на посаді

- D. Чітко формалізована структура управління
E. Короткотермінова зайнятість
73. В управлінні фармацевтичною фірмою використовуються американський та японський підходи. Виберіть характерну ознаку американської моделі управління:
A. Швидка оцінка і просування на посаді *
B. Групові форми контролю
C. Колективна відповідальність
D. Повільне просування на посаді
E. Підвищена увага до „людського фактора”
74. Препарат А перебуває на стадії насичення. З метою підвищення інтенсивності продажу керівництво фірми-виробника вирішило використати наступний вид реклами:
A. Агресивну *
B. Інформаційну
C. Персональний продаж
D. Стимулювання продажу
E. Паблік рілейшнз
75. В теории маркетинга сформулированы конкретные принципы в форме обращения к производителю или реализатору. Принцип “в гостях хорошо, а дома лучше: ищи собственную рыночную нишу – дом для своих товаров” означает:
A. разделение рынка на относительно однородные группы потребителей и ориентация деятельности на те сегменты, где предприятие имеет лучшие потенциальные возможности *
B. необходимость проведения инновационной деятельности, развития творческого подхода к хозяйственным проблемам
C. выход на сегменты рынка с наибольшей конкуренцией
D. развитие системы продвижения товаров
E. изучение потребностей потребителей и состояния спроса на товар
76. 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:
A. стратегія “зняття вершків” *
B. стратегія проникання
C. стратегія наслідування лідера
D. стратегія диференціації цін
E. -
77. Фармацевтична фірма вимушена відтворювати імідж у наслідок розповсюдження фірмою-конкурентом негативної інформації. Які засоби маркетингових комунікацій повинна використовувати фірма:
A. “паблік рілейшенз” *
B. стимулювання збуту
C. реклама

- D. проведення презентацій
- E. мерчандайзинг

78. Фармацевтична фірма використовує для просування рекламу на телебаченні, радіо, у періодичних виданнях. Яким чином може бути визначена ефективність проведених рекламних заходів:
- A. співставленням витрат на рекламу та приросту обсягу продажу *
 - B. аналізом споживацьких переваг
 - C. ефективність оцінити неможливо
 - D. аналізом інтенсивного збуту
 - E. -
79. Маркетолог-фахівець проводить дослідження фармацевтичного ринку. Користуючись даними періодичної літератури він розраховує можливу ємність ринку, визначає рівень захворюваності і можливий попит на препарат з огляду на статистичні довідки. Який вид маркетингових досліджень використовує маркетолог:
- A. кабінетні дослідження *
 - B. польові дослідження
 - C. спостереження
 - D. панельні дослідження
 - E. опитування
80. Лікарський препарат на матриці „Бостон консалтинг груп” відноситься до групи товарів під загальною назвою „дійні корови”. На якій стадії життєвого циклу він знаходиться:
- A. Зрілості *
 - B. Впровадження на ринок
 - C. Спадання
 - D. Зростання
 - E. Виходу з ринку
81. 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:
- A. Ринкову нішу *
 - B. Сегмент, не привабливий для фірми
 - C. Ринкову частку
 - D. Сегмент, що вимагає подальших досліджень
 - E. Ринкові двері
82. Виробнича фармацевтична фірма „Елема” створила свій фірмовий аптечний заклад. У даному випадку вона використовує канал розподілу:
- A. Нульового рівня *
 - B. Першого рівня
 - C. Другого рівня
 - D. Третього рівня
 - E. Четвертого рівня

83. Ефективність діяльності фармацевтичної фірми поступово поліпилася завдяки позитивним змінам в зовнішньому середовищі. Вкажіть фактор, що вплинув на організацію:
- A. Стан економіки *
 - B. Кадри
 - C. Технологія
 - D. Мета
 - E. Структура
84. Провізору було видано заробітну платню в підвищеному розмірі з урахуванням роботи в нічний час. За роботу в який саме час була здійснена доплата:
- A. з 22.00 год. до 6.00 год. *
 - B. з 23.00 год. до 7.00 год.
 - C. з 24.00 год. до 8.00 год.
 - D. з 20.00 год. до 9.00 год.
 - E. з 21.00 год. до 9.00 год.
85. На зборах завідувачів аптек, що відбулися в ЦРА № 8 обговорювались нові правила відпуску деяких лікарських препаратів. Комунікації між відділами і підрозділами організації - це:
- A. Внутрішні горизонтальні організаційні комунікації *
 - B. Зовнішні організаційні комунікації
 - C. Неформальні організаційні комунікації
 - D. Внутрішні вертикальні організаційні комунікації
 - E. Міжрівневі комунікації
86. Фахівцями відділу маркетингу фармацевтичної фірми, що впроваджує на ринок новий антидіабетичний препарат, було проведене анкетування 230 лікарів ендокринологів. Який метод маркетингових досліджень використаний?
- A. Опитування *
 - B. Спостереження
 - C. Експеримент
 - D. Панель
 - E. Тестування
87. Завідувач-провізор у процесі ухвалення управлінського рішення по удосконалюванню господарсько-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:
- A. Діагностика проблеми. *
 - B. Визначення альтернатив
 - C. Оцінка альтернатив.
 - D. Вибір альтернатив.
 - E. Формулювання обмежень прийняття рішень.
88. Який тип ринку характеризується такими умовами: наявністю великої кількості продавців

та покупців, які не впливають на рівень поточних цін; наявністю однорідних та взаємозамінних конкуруючих товарів; відсутністю цінових обмежень:

- A. Ринок чистої конкуренції *
- B. Ринок монополістичної конкуренції
- C. Олігополістичний ринок
- D. Ринок чистої монополії
- E. Ринок з плановим регулюванням

89. Регулювання стимулів праці, які спонукають до виконання певної роботи, у теорії управління називається функцією:

- A. Мотивації *
- B. Планування
- C. Організації
- D. Контролю
- E. Заохочення

90. Підприємство фармацевтичного профілю, що досягло високих показників обсягів збуту власної продукції і визнання покупців дістане максимальний прибуток на наступному етапі життєвого циклу:

- A. Етапі зрілості *
- B. Етапі впровадження на ринок
- C. Етапі росту
- D. Етапі спаду
- E. Етап випробування

91. Чи встановлюється випробувальний термін при прийнятті на роботу осіб, що не досягли 18 років.

- A. не встановлюється *
- B. встановлюється тільки зі згоди виробника.
- C. встановлюється на 1 місяць
- D. встановлюється на 1 рік
- E. встановлюється на 6 місяців

92. Аптека № 121 подає документи для отримання ліцензії на впровадження певних видів господарської діяльності. Назвіть орган ліцензування господарської діяльності з виробництва лікарських засобів, оптової, роздрібною торгівлі лікарськими засобами?

- A. Державна служба лікарських засобів і виробів медичного призначення; *
- B. Державний фармакологічний центр;
- C. Науково - експертний фармакологічний центр;
- D. Державна інспекція по контролю за якістю лікарських засобів;
- E. Державна акціонерна компанія „Ліки України”.

93. Сотрудник фармацевтической фирмы получил задание провести маркетинговые исследования по изучению регионального рынка антиаритмических средств. Какому этапу исследований он отдает предпочтение в первую очередь?

- A. Сбор и анализ вторичной информации; *

- В. Сбор первичной информации;
 - С. Анализ данных первичной информации;
 - Д. Подготовка отчета;
 - Е. Сдача отчета.
94. Сотруднику фармацевтической фирмы необходимо провести маркетинговые исследования методом анкетирования. Сроки проведения исследований ограничены. При составлении вопросов анкеты какому типу вопросов сотрудник отдаст предпочтение?
- А. Закрытым вопросам *
 - В. Открытым вопросам
 - С. Закрытым и открытым вопросам
 - Д. Вопросы шкалы оценок [графические]
 - Е. Вопросы пунктирной рейтинговой шкалы
95. Фармацевтическая фирма "Пфайзер" стремится предложить рынку наилучший качественный товар по высокой цене, которая должна покрыть издержки на научно-исследовательские разработки и производство высококачественной продукции. Несмотря на высокую цену, товар находит своих покупателей. Какие цели ценообразования ставит фирма?
- А. Завоевание лидерства по качеству продукции; *
 - В. Обеспечение выживаемости фирмы;
 - С. Сохранение существующего положения;
 - Д. Увеличение доли рынка;
 - Е. Увеличение ассортимента фирмы.
96. Фармацевтическая фирма "Фармасвет" запатентовала и производит новый препарат гипогликемического действия. Сбыт товара фирма проводит непосредственно через собственные отделы сбыта, сбытовые филиалы, сеть фирменных аптек. Канал какого уровня характеризует сбытовую политику данной фармацевтической фирмы?
- А. Нулевой *
 - В. Одноуровневый
 - С. двухуровневый
 - Д. Трехуровневый
 - Е. Четырехуровневый
97. Для стимулирования сбыта и формирования спроса на изделия мед. назначения фармацевтическая фирма „Медтехніка” использовала различные мероприятия. Одним из мероприятий, проводимых фирмой было распространение по почте листовок, буклетов, каталогов, фирмовых изданий. Назовите средство распространения рекламной информации, которое использовала фирма?
- А. Прямая адресная реклама *
 - В. Внешняя реклама
 - С. Реклама в прессе
 - Д. Реклама на телевидении
 - Е. Сувенирная реклама

98. Фармацевтическая фирма "Адонис" продолжает выпускать слабительный препарат. Стадия жизненного цикла препарата, характеризующая снижением темпа роста продаж, стабилизацией прибыли, увеличением расходов на стимулирование сбыта называется:
- A. Зрелость *
 - B. Ростом
 - C. Спадом
 - D. Внедрение
 - E. Насыщением
99. 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:
- A. Оптовий агент *
 - B. Консигнатор
 - C. Комісіонер
 - D. Брокер
 - E. Дилер
100. Фармацевтичні працівники вирішили організувати господарське товариство. Вкажіть, у чому сутність товариства з обмеженою відповідальністю?
- A. Товариство, учасники якого несуть відповідальність по боргам у межах своїх внесків. *
 - B. Товариство, учасники якого несуть відповідальність у межах своїх внесків, а при недостатності цих сум належним їм майном у однаковому для всіх учасників .
 - C. Товариство, учасники якого несуть додаткову солідарну відповідальність за зобов'язання товариства усім своїм майном.
 - D. Товариство, учасники якого несуть додаткову солідарну відповідальність усім своїм майном, а вкладники - лише у межах вкладу.
 - E. Товариство, учасники якого несуть повну відповідальність.
101. При організації акціонерного товариства між засновниками виникла дискусія стосовно матеріальної відповідальності. Яка, на Вашу думку, матеріальна відповідальність у членів акціонерного товариства?
- A. В межах належних їм акцій *
 - B. У межах подвійної суми вкладів
 - C. Внесками до статутного фонду і належним їм майном
 - D. У межах вкладів
 - E. Необмежена і солідарна
102. Завідувач аптеки для впливу на колектив працівників та окремих виконавців вирішив використати різні методи менеджменту. Які з них належать до соціально-психологічних методів менеджменту?
- A. План покращання умов праці на фармацевтичному підприємстві. *
 - B. Матеріальні стимули, які базуються на використанні посадових окладів, доплат, надбавок, премій тощо.
 - C. Процес нарахування заробітної плати працівникам відділу збуту.
 - D. Процес розподілу повноважень між керівниками технічного рівня управління.

103. Відділом маркетингу фірми-виробника встановлено негативний попит на товар. Яким буде завдання щодо управління маркетингом та його вид?
- Формування попиту, конверсійний маркетинг *
 - Вирівнювання попиту, синхромаркетинг
 - Підвищення попиту, ремаркетинг
 - Зниження попиту, демаркетинг
 - Стимулювання попиту, стимулюючий маркетинг
104. За результатами атестації на визначення знань та практичних навичок працівнику відмовлено в присвоєнні звання "провізор загального профілю". Чи може дана особа обіймати посаду провізора?
- Не може *
 - Може за додаткових умов
 - Її, без згоди, працевлаштовують на посаду фармацевта
 - Її переводять на роботу в іншу організацію
 -
105. Найпопулярнішою і широко використовуваною складовою системи маркетингових комунікацій є реклама. Що не повинна містити реклама лікарських засобів?
- Дані про те, що ефект від вживання лікарського засобу є гарантованим *
 - Об'єктивну інформацію про лікарський засіб, подану так, щоб було зрозуміло, що наведене повідомлення є рекламою лікарського засобу
 - Повну фармакологічну назву лікарського засобу та назву виробника
 - Загальні застереження щодо застосування лікарських засобів і виробів медичного призначення
 - Рекомендацію щодо обов'язкового ознайомлення з інструкцією до застосування, що додається до лікарських засобів
106. Фармацевтичний ринок поділяється на споживчий ринок і ринок організацій-споживачів. З яких суб"єктів формується споживчий ринок ?
- З окремих осіб чи сімей, що купують лікарські засоби для задоволення особистих потреб *
 - Підприємств, які закупають лікарські засоби для їх подальшої реалізації споживачам
 - Осіб, які купують лікарські засоби для продажу
 - Окремих осіб, які купують продукти промислового призначення
 - Підприємств-виробників готової продукції
107. 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. Яку назву має дана структура?
- Товариство з обмеженою відповідальністю *
 - Командитне товариство
 - Товариство з необмеженою відповідальністю
 - Акціонерне товариство закритого типу
 - Акціонерне товариство відкритого типу

108. Процес вироблення управлінського рішення здійснюється поетапно. Що з даних тверджень відноситься до одного з етапів процесу вироблення управлінського рішення(
- A. Виявлення та оцінка альтернатив розв'язання проблеми *
 - B. Управління неформальною групою
 - C. Контролювання та регулювання
 - D. Застосування теорії очікувань
 - E. Делегування повноважень
109. Підприємство-виробник планує продавати новий лікарський засіб через оптові фармацевтичні фірми. Який вид каналу розподілу планується використати?
- A. Дворівневий канал *
 - B. Однорівневий канал
 - C. Канал прямого маркетингу
 - D. Трирівневий канал
110. Три учредителя создают хозяйственное общество по оптовой реализации лекарственных средств и изделий медицинского назначения. Каким будет данное общество?
- A. Корпоративным *
 - B. Унитарным
 - C. Государственным
 - D. Коммунальным
 - E. Индивидуальным
111. При регистрации субъекта хозяйствования в органы регистрации необходимо представить учредительные документы. Учредительными документами субъекта ведения хозяйства являются:
- A. Решение о его образовании, учредительный договор, устав *
 - B. Трудовой договор
 - C. Коллективный договор
 - D. Договор купли-продажи
 - E. Договор мены
112. Провизор по собственному желанию хочет расторгнуть бессрочный договор по причине перевода мужа в другую местность. В каком виде и в какой срок он должен предупредить заведующего аптекой
- A. В письменном виде за две недели *
 - B. В письменном виде за одну неделю
 - C. В письменном виде за один месяц
 - D. В письменном виде за пять дней
 - E. В письменном виде за два дня
113. Руководитель аптечного предприятия хочет улучшить работу. Процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей или целей организации называется:
- A. Мотивацией *
 - B. Организацией

- С. Планированием
 - D. Прогнозированием
 - E. Контролем
114. Регулирование производственных, трудовых и социально-экономических отношений на аптечном предприятии между руководителем и трудовым коллективом осуществляется на основе:
- A. Коллективного договора *
 - B. Трудового договора
 - C. Корпоративного кодекса
 - D. Контракта
 - E. Устава
115. Аптека производит оптовые закупки средств санитарии и гигиены. Посредник работает по договору с производителем и ведет операции за его счет. Посреднику может быть предоставлено исключительное право сбыта товаров фирмы в определенных районах. Назовите этого посредника.
- A. Оптовый агент *
 - B. Консигнатор
 - C. Комиссионер
 - D. Брокер
 - E. Дилер
116. На фармацевтическом рынке сложилась ситуация, когда существует только одна фирма, продающая определённый товар. Назовите вид конкурентной структуры рынка.
- A. Рынок чистой монополии *
 - B. Рынок чистой свободной конкуренции
 - C. Рынок монополистической конкуренции
 - D. Олигополистический рынок
 - E. Рынок чистой монополии и олигополистический рынок
117. Фармацевтическая фирма "Адонис" для продвижения новой продукции пользуется рекламой, которая информирует покупателей о товаре, подчеркивает характерные его преимущества, характерные свойства и характеристики. Что это за вид рекламы?
- A. Информационная реклама *
 - B. Агрессивная реклама
 - C. Поддерживающая реклама
 - D. Непрямая реклама
 - E. Прямая реклама
118. Учредители желают открыть аптеку по розничной реализации лекарственных средств. Какой способ осуществления предпринимательской деятельности предусмотрен в этом случае:
- A. Разрешительный *
 - B. Нормативный
 - C. Свободный

- D. Ограниченный
- E. Явочно-нормативный

119. Фармацевтическая фирма решила расширить сферу своей деятельности. Процесс расширения деятельности фирмы за счет проникновения в новые сферы области называется:
- A. Диверсификация *
 - B. Сегментирование
 - C. Конгломерация
 - D. Интеграция
 - E. Централизация
120. Менеджер фармацевтической фирмы обратил внимание сотрудников на характеристики товаров. Одной из характеристик товара в реальном исполнении является
- A. Внешнее оформление *
 - B. Гарантии
 - C. Доставку
 - D. Предоставление кредита
 - E. Послепродажное обслуживание
121. Діяльність організації залежить від різних факторів. Які фактори належать до внутрішнього середовища організації?
- A. здібності, кваліфікація та обдарованість працівників *
 - B. стан економіки
 - C. інфраструктура
 - D. державні органи влади
 - E. споживачі
122. Однією з функцій менеджменту є мотивування. Мотив визначається як:
- A. усвідомлене спонукання до певних дій *
 - B. те, що людина вважає цінним для себе
 - C. відчуття певного дискомфорту, нестачі чого-небудь
 - D. психологічні якості людей, які дозволяють засвоювати певні знання
 - E. -
123. Місця розташування ліків у торговому залі аптеки можна розділити на дві категорії – сильні і слабкі місця. Які місця розташування ліків є слабкими?
- A. місця на нижніх полицях *
 - B. перетинання рядів полиць
 - C. полиці з правої сторони в напрямку руху покупців
 - D. простір біля каси
 - E. місця з гарним фронтальним оглядом
124. Провізор-інтерн після закінчення вузу влаштувався на роботу в аптеку. Впродовж якого часу йому повинні оформити трудову книжку?

- A. п'яти днів *
 - B. тижня
 - C. одного дня
 - D. одного місяця
 - E. шести місяців
125. Процес стратегічного планування маркетингу складається з послідовних етапів. Що відносять до етапів процесу стратегічного планування?
- A. формулювання місії і мети фармацевтичного підприємства *
 - B. виклад поточної маркетингової ситуації
 - C. формулювання переліку завдань і проблем
 - D. розробка програми заходів
 - E. опрацювання бюджету
126. Одним из важных шагов в развитии управленческой мысли было разделение всего процесса управления на основные функции: планирование, организация, мотивация и контроль. Кто был основателем этой теории:
- A. А.Файоль *
 - B. Д.Варгон
 - C. Ф.Тейлор
 - D. Е.Мейо
 - E. М.Фоллет
127. Угроза, что возникает при каких-либо формах деятельности, связанных с производством продукции, товаров, услуг, их реализацию, товарно-денежными и финансовыми операциями, коммерцией, осуществлением социально-экономических и научно-технических проектов. Что понимается под этим понятием?
- A. Предпринимательский риск *
 - B. Материальный убыток
 - C. Трудовой убыток
 - D. Потеря времени
 - E. Финансовые убытки
128. Учет кадров на фармацевтических предприятиях основывается на ведении трудовых книжек, личных дел сотрудников, учетных карточек Т.-2. Выберите показатель, который НЕВОЗМОЖНО определить по результатам учёта:
- A. Конъюнктура рынка труда *
 - B. Среднесписочный состав
 - C. Среднесписочная численность
 - D. Категории персонала
 - E. Данные о движении кадров
129. Тактика является одной из составляющих реализации стратегического плана. Какое из перечисленных определений тактики является верным?
- A. краткосрочная стратегия, которая согласовывается с общими долгосрочными планами *

- В. рассматривается как кодекс законов организации
 - С. разработанный свод стандартов и критериев
 - Д. описывает способ действий в конкретной ситуации
130. Об'єктивність процесів управління вимагає поділу управлінської праці на фармацевтичному підприємстві. Що утворюється в результаті вертикального поділу праці?
- А. Технічний, управлінський та інституційний рівні управління. *
 - В. Виробничі підрозділи.
 - С. Управлінські служби.
 - Д. Неформальні групи.
 - Е. Схематичне зображення організації.
131. У практичній діяльності аптеки мають місце різні рівні управління. Якому рівню управління відповідає функція безпосереднього контролю за діяльністю провізора з виготовлення ліків?
- А. Технічний. *
 - В. Інституційний.
 - С. Управлінський.
 - Д. Адміністративний.
 - Е. Бюрократичний.
132. 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?
- А. Семантичні бар'єри. *
 - В. Зневажання фактами.
 - С. Невербальні перепони.
 - Д. Нерозуміння важливості повідомлення.
 - Е. Стереотипи мислення.
133. Провізор влаштовується на роботу в оптове фармацевтичне підприємство на посаду завідувача аптечного складу. Який термін випробування не вимагає узгодження з комітетом профспілки при прийомі його на роботу?
- А. До трьох місяців. *
 - В. До одного місяця.
 - С. До двох місяців.
 - Д. До чотирьох місяців.
 - Е. До шести місяців.
134. Провізор-аналітик аптеки хоче взяти частину відпустки весною, а частину - влітку. За яких умов допускається поділ відпустки на частини?
- А. При умові, що її основна частина становитиме не менше 14 днів *
 - В. При умові, що її основна частина становитиме не менше 10 днів
 - С. При умові, що її основна частина становитиме не менше 12 днів

- D. При умові, що її основна частина становитиме не менше 16 днів
E. При умові, що її основна частина становитиме не менше 18 днів
135. 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?
A. Інтенсивному розподілу. *
B. Ексклюзивному розподілу.
C. Ешелонованому розподілу.
D. Комбінованому розподілу.
E. Селективному розподілу.
136. 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?
A. Довжину каналу розподілу. *
B. Комбінований розподіл.
C. Структуру каналу розподілу.
D. Ширину каналу розподілу.
E. Ешелонований розподіл.
137. Провізор відділу маркетингу фармацевтичного виробника планує комунікаційну політику підприємства. Яка складова систем маркетингових комунікацій має найвищу вартість на один контакт?
A. Персональний продаж. *
B. "Паблік рілейшнз".
C. Реклама на телебаченні.
D. Реклама в періодичних виданнях.
E. Стимулювання збуту.
138. На телебаченні періодично здійснюється популяризація серед молоді механічних контрацептивів (без вказівок на конкретні товарні марки). Різновидом якої складової маркетингової комунікації є ці заходи?
A. Паблісіті *
B. Реклами
C. Персонального продажу
D. Стимулювання збуту
E. Спонсорство
139. Провізори аптеки здійснюють заходи з мерчандайзингу. Від чого не залежить оптимальність розміщення і викладки ліків та якісність оформлення залу обслуговування?
A. Режиму роботи аптеки *
B. Місця розташування аптеки
C. Можливостей залу обслуговування
D. Корпоративного стилю виробника ліків і його рекламних акцій
E. -

140. Фахівцями маркетингового відділу фармацевтичного підприємства розробляється сценарій телерекламного ролика. Яка послідовність ідеального сприйняття рекламного звернення?
- Увага --> зацікавленість ---> імпульс ---> бажання ---> вчинок *
 - Зацікавленість --> імпульс --> увага --> бажання --> вчинок
 - Зацікавленість --> увага --> імпульс --> бажання --> вчинок
 - Імпульс --> увага --> зацікавленість --> бажання --> вчинок
 -
141. У складі якого з наведених напрямків комплексного дослідження ринку вивчається співвідношення між попитом, пропозицією та рівнем цін
- Вивчення економічної кон'юнктури *
 - Вивчення вимог ринку та товару
 - Аналіз ринкової сегментації
 - Вивчення фірмової структури ринку
 - Аналіз соціально - психологічних особливостей покупців
142. Підприємницька діяльність без державної реєстрації є незаконною. Ким здійснюється реєстрація підприємництва?
- виконавчим комітетом міської (районної) ради народних депутатів *
 - державною податковою інспекцією
 - Державною службою лікарських засобів і виробів медичного призначення
 - органами статистики
 - Банком
143. Який стиль керівництва характеризується особливою поступливістю керівника, який надає підлеглому ініціативу у формуванні цілі та готовий прийняти її без заперечень?
- Ліберальний стиль *
 - Демократичний стиль
 - Бюрократичний стиль
 - Колегіальний стиль
 - Комбінований стиль
144. Яка складова системи маркетингових комунікацій спрямовує свою діяльність на формування позитивного іміджу фірми?
- "Паблік релейшинз" *
 - Реклама
 - Персональний продаж
 - Збутова логістика
 - Мерчендайзинг
145. Оберіть вірне визначення. 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:
- Збут *
 - Пропозиція

- С. Попит
- D. Реклама
- Е. Менеджмент

146. Сукупність вимог на товар з боку споживачів, яка підкріплена купівельною спроможністю, називається:

- A. Попитом *
- B. Пропозицією
- С. Рекламою
- D. Збутом
- Е. Маркетингом

147. Оберіть вірне визначення поняття. 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:

- A. Реклама *
- B. Торговий знак
- С. Маркетинг
- D. Комунікації
- Е. Пропозиція