

**Квалификационный экзамен
по ПМ.03. Организация деятельности структурных подразделений
аптеки и руководство аптечной организацией при отсутствии
специалиста с высшим образованием
Специальность 33.02.01. Фармация**

Квалификационный экзамен проводится в форме собеседования по билету. Задание билета состоит из трех теоретических вопросов и задачи.

Перечень теоретических вопросов

Раздел «Государственное регулирование фармацевтической деятельности»

1. Требования работодателей к качеству и содержанию знаний молодых специалистов.
2. Уровни управления фармацевтической службы. Задачи управления фармацевтической службы на разных уровнях.
3. Системы здравоохранения в зависимости от вида собственности и подчиненности.
4. Государственный контроль и основные контролирующие органы, наделенные правами государственного контроля и надзора.
5. Порядок организации и проведения государственного контроля качества и безопасности медицинской деятельности.
6. Право на охрану здоровья отдельных групп населения. ДЛО.
7. Закон РФ «О коммерческой тайне». Слагаемые понятия безопасности.
8. Основные вопросы процедуры лицензирования (ФЗ №99, Постановление №1081).
9. Нормативно-правовое обеспечение фармацевтической деятельности. Основные нормативные акты. Понятия, используемые в сфере обращения лекарственных средств (ФЗ №61).
10. Социальная значимость ФЗ №61 «Об обращении лекарственных средств», его структура.
11. ФЗ №323 «Об основах охраны здоровья граждан в РФ», его структура и значение.
12. Социальная значимость фармацевтических услуг.
13. Дисквалификации и уголовная ответственность фармацевтических работников.
14. Дисциплинарные проступки и дисциплинарные взыскания.
15. Материальная и административная ответственность фармацевтических работников.
16. Рабочее время, виды рабочего времени.
17. Государственное регулирование трудовых отношений. Коллективный договор.
18. Локальные нормативные акты. Правила внутреннего трудового распорядка. Должностная инструкция.

19. Дисциплина труда. Понятие и виды дисциплинарной ответственности.
20. Политика государства в области регулирования фармацевтического рынка. Четырехуровневая система государственных гарантий лекарственного обеспечения.
21. Защита прав потребителей. Права клиента аптеки в случае приобретения товара ненадлежащего качества.
22. Сертификация и декларирование лекарственных средств. Документы, подтверждающие качество лекарственных средств.
23. Лицензирование как форма государственного регулирования и контроля над отдельными приоритетными видами деятельности.
24. Сертификация изделий медицинского назначения. Документы, подтверждающие качество изделия медицинского назначения и других товаров аптечного ассортимента.
25. Фальсификация лекарственных средств. Понятие фальсифицированного лекарственного средства.
26. Понятие и виды юридической ответственности фармацевтических работников.
27. Время отдыха. Порядок предоставления отпусков.
28. Охрана труда в аптечных организациях.
29. Выбор делового партнёра. Проверка делового партнёра.
30. Права, обязанности, ограничения фармацевтических работников (ФЗ 323, ст. 69, 72, 73, 74).
31. Понятие и значение сделки. Основные виды сделок. Недействительность сделки.
32. Порядок учреждения и регистрация юридического лица.
33. Федеральный Закон «О несостоятельности (банкротстве)». Признаки банкротства. Финансовое оздоровление.
34. Подведомственность экономических споров. Примирительные процедуры.
35. Социальная защита различных групп населения.

Раздел № 2 «Маркетинговая деятельность аптечных организаций»

1. Аптеки медицинских организаций. Задачи. Состав, оборудование помещений аптеки.
2. Маркетинг, базовые понятия, виды, задачи.
3. Функции маркетинга.
4. Маркетинговый микс (4Р-5Р).
5. Основы ценообразования. Анализ политики ценообразования.
6. Формы продвижения товаров аптечного ассортимента.
7. Мерчандайзинг, основные принципы.
8. Технология маркетингового исследования.
9. Методы маркетинговых исследований.
10. Маркетинговая информация.
11. Маркетинговый аудит. Разработка плана маркетинга.

12. Маркетинговая среда. Методы исследований маркетинговой среды.
13. STEP анализ; Анализ 5 сил Портера.
14. SWOT анализ.
15. Маркетинговые исследования внешней среды: рынок, потребители, конкуренты.
16. Оценка эффективности ассортиментной политики. Цель и задачи маркетинговых исследований товара.
17. ТАТ, УДТ, этапы ЖЦТ.
18. Портфельный анализ (матрица БКГ). Стратегии реализации товара (матрица Ансоффа).
19. ABC, XYZ анализы.
20. FMR, VEN анализы.
21. Показатели товарной номенклатуры: широта, глубина, полнота.
22. Показатели товарной номенклатуры: степень использования, новизна, структура ассортимента, гармоничность, устойчивость.
23. Маркетинговые методы определения потребности и изучение спроса на лекарственные препараты.
24. Маркетинговые исследования внутренней среды предприятия.
25. Зависимость успешных продаж от профессиональных и личностных качеств специалистов.
26. Этапы продаж: установление личного контакта, выявление потребностей покупателя с помощью вопросов.
27. Этапы продаж: презентация товара, преодоление возражений, завершение продажи.
28. Типы покупателя и методы работы с ними. Работа с седым поколением.
29. Конфликты и пути их разрешения.
30. Консультирование потребителей - главный аргумент эффективных продаж.
31. Консультирование потребителей с жалобами на определённые симптомы и недомогания относящиеся к органам дыхания.
32. Консультирование потребителей с жалобами на определённые симптомы и недомогания относящиеся к органам пищеварения.
33. Консультирование потребителей с жалобами на определённые симптомы и недомогания, относящиеся к коже, придаткам кожи и подкожной клетчатке.
34. Консультирование потребителей с жалобами на определённые симптомы и недомогания относящиеся к органу зрения, заболеваниям зубов и полости рта.
35. Консультирование потребителей с жалобами на определённые симптомы и недомогания, относящиеся к заболеваниям зубов и полости рта.
36. Консультирование потребителей с жалобами на определённые симптомы и недомогания связанные с ощущением боли.
37. Консультирование потребителей с жалобами на определённые симптомы и недомогания имеющие психологическую основу.

Раздел «Основы организации работы структурных подразделений аптеки»

1. Прогнозирование и планирование в аптечной организации. Методы планирования.
2. Учет поступления товаров в аптеку.
3. Порядок оформления документов на поступивший товар.
4. Анализ и прогнозирование издержек обращения.
5. Учет тары, вспомогательных материалов, основных средств.
6. Мотивация персонала аптеки.
7. Товарный отчет структурного подразделения аптечной организации.
8. Приходные и расходные кассовые операции.
9. Налично-денежные расчеты с населением с применением контрольно-кассовых машин.
10. Характеристика основных функций менеджмента.
11. Формы и системы оплаты труда.
12. Порядок ведения кассовых операций.
13. Учет реализации товара.
14. Сдача денежной выручки.
15. Прием товаров - материальных ценностей, поступивших без счета поставщика.
16. Этический кодекс фармацевта.
17. Порядок проведения инвентаризации товарно-материальных ценностей.
18. Начисление заработной платы.
19. Расчет естественной убыли товара по итогам инвентаризации.
20. Виды заработной платы.
21. Инвентаризация товарно-материальных ценностей, понятие, задачи, виды, сроки проведения инвентаризации.
22. Первичные и накопительные документы по учёту товара и других учётных групп.
23. Прогнозирование товарооборота по составным частям.
24. Удержания из заработной платы.
25. Система налогообложения на фармацевтическом рынке.

Пример задачи

Рассчитайте на планируемый год расходы по статье «Транспортные расходы». Объем реализации текущего года – 122,04 млн. руб. Сумма расходов по статье «Транспортные расходы» составила в текущем году – 2,44 млн. руб. Плановой объем реализации следующего года – 125,7 млн. руб.