



Министерство здравоохранения Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Рязанский государственный медицинский университет
имени академика И.П. Павлова»

Министерства здравоохранения Российской Федерации
ФГБОУ ВО РязГМУ Минздрава России

Утверждено решением ученого совета
Протокол № 10 от 20.05.2025 г.

Комплект оценочных материалов по дисциплине	«ОП.13. Фармацевтический маркетинг»
Образовательная программа	Основная профессиональная образовательная программа - программа подготовки специалистов среднего звена по специальности 33.02.01 Фармация
Квалификация	Фармацевт
Форма обучения	очная

Разработчик (и): кафедра управления и экономики фармации

ФИО	Ученая степень, ученое звание	Место работы (организация)	Должность
Титов Д.С.	канд. биол. наук	ФГБОУ ВО РязГМУ Минздрава России	Заведующий кафедрой
Майстренко М.А.		ФГБОУ ВО РязГМУ Минздрава России	ассистент

Рецензент (ы):

ФИО	Ученая степень, ученое звание	Место работы (организация)	Должность
Кириченко Е.Е.	канд. биол. наук	ФГБОУ ВО РязГМУ Минздрава России	доцент
Николашкин А.Н.	канд. фарм. наук	ФГБОУ ВО РязГМУ Минздрава России	Заведующий кафедрой фармацевтической технологии

Одобрено учебно-методической комиссией по специальностям Фармация и Промышленная фармация

Протокол № 5 от 17.04.2025 г.

Одобрено учебно-методическим советом.

Протокол № 5 от 24.04.2025г.

1. Паспорт комплекта оценочных материалов

1.1. Комплект оценочных материалов (далее – КОМ) предназначен для оценки планируемых результатов освоения рабочей программы дисциплины ОП.13. Фармацевтический маркетинг.

1.2. КОМ включает задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Общее количество заданий и распределение заданий по типам и компетенциям:

Код и наименование компетенции	Количество заданий закрытого типа	Количество заданий открытого типа
ПК 1.2. Осуществлять мероприятия по оформлению торгового зала	40	26
ПК 1.5. Осуществлять розничную торговлю медицинскими изделиями и другими товарами аптечного ассортимента	50	42
ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности	90	68
ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами	90	68
Итого	90	68

2. Задания всех типов, позволяющие осуществлять оценку всех компетенций, установленных рабочей программой дисциплины ОП.13 Фармацевтический маркетинг

Код и наименование компетенции	№ п/п	Задание с инструкцией			
ПК 1.2. Осуществлять мероприятия по оформлению торгового зала ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами		Задания закрытого типа			
	1.	Прочитайте текст и установите соответствие названия POS-материала и его характеристику К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:			
			Название		Характеристика
		А	Воблер	1	подвесной плакат, обычно прикрепляется к потолку
Б		Джумби	2	изделие из картона или плотной бумаги на гибкой ножке с рекламной информацией	
В		Мобайл	3	яркая картонная полоска с названием бренда, она крепится на полке и показывает, где можно найти продукцию от конкретного производителя	
Г	Шелфтокер	4	муляж оригинального продукта в значительно увеличенном размере		
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:			
		А	Б	В	Г
	2.	Прочитайте текст и установите соответствие функции POS-материала и ее характеристику К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:			

			Название		Характеристика								
		А	Информирование	1	указание на торговую точку, в которой можно найти определенный товар								
		Б	Брендинг	2	побуждение потребителей к совершению покупки								
		В	Локализация	3	напоминание о существовании товара, закрепление ассоциаций								
		Г	Мотивирование	4	подтверждение присутствия товара в данной торговой точке								
	Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами: <table border="1"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> <td>Г</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>					А	Б	В	Г				
	А	Б	В	Г									
	3.	Прочитайте текст и установите соответствие к преимуществам или недостаткам относятся характеристики формата самообслуживания. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:											
			Характеристика		Отношение								
А		Конкуренция с розничными сетями	1	Преимущества									
Б		Увеличение уровня краж	2	Недостатки									
В		Снижение количества персонала											
Г		Рост товарооборота											
Д		Крупные торговые площади											
Е		Рост эффективности труда персонала											
	Ж	Снижение уровня обслуживания покупателей											

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д	Е	Ж

4.

Прочитайте текст и установите соответствие какие характеристики атмосферы торгового зала создают положительное впечатление, а какие негативное.
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

	Характеристика		Впечатление
А	Неаккуратное оформление торгового зала	1	Положительное
Б	Оптимальное расстояние между стеллажами	2	Негативное
В	Удобная навигация		
Г	Обилие рекламных плакатов и оборудования		
Д	Неприятный запах в торговом зале		
Е	Понятная и удобная выкладка товара		

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д	Е

5.

Прочитайте текст и установите соответствие между названием стиля оформления аптеки и его основными характеристиками
К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

	Название стиля		Характеристика
А	Арт-деко	1	простота, практичность и полное отсутствие декоративных элементов

		Б	Функционализм	2	Оформление в корпоративных цветах компании с использованием ее логотипа и прочих отличительных знаков																								
		В	Хай-тек	3	сочетание богатства и моды																								
		Г	Фирменный	4	Минималистичный, но при этом яркий и запоминающийся																								
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				А	Б	В	Г																				
А	Б	В	Г																										
6.	Прочитайте текст и установите последовательность зон торгового зала от наиболее часто посещаемой, до наименее посещаемой 1. Теплая зона 2. Ледяная зона 3. Холодная зона 4. Горячая зона Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>					А	Б	В	Г																				
А	Б	В	Г																										
7.	Прочитайте текст и установите соответствие между классификационным признаком вывески и ее особенностями К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца: <table><tr><td></td><td>Особенности</td><td></td><td>Название признака</td></tr><tr><td>А</td><td>рекламно-информационные</td><td>1</td><td>по характеру содержащейся информации</td></tr><tr><td>Б</td><td>уличные</td><td>2</td><td>по месту нахождения</td></tr><tr><td>В</td><td>интерьерные</td><td></td><td></td></tr><tr><td>Г</td><td>информационные</td><td></td><td></td></tr><tr><td>Д</td><td>рекламные</td><td></td><td></td></tr></table>						Особенности		Название признака	А	рекламно-информационные	1	по характеру содержащейся информации	Б	уличные	2	по месту нахождения	В	интерьерные			Г	информационные			Д	рекламные		
	Особенности		Название признака																										
А	рекламно-информационные	1	по характеру содержащейся информации																										
Б	уличные	2	по месту нахождения																										
В	интерьерные																												
Г	информационные																												
Д	рекламные																												

	Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами: <table border="1"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> <td>Г</td> <td>Д</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>1</td> </tr> </table>	А	Б	В	Г	Д	1	2	2	1	1																														
А	Б	В	Г	Д																																					
1	2	2	1	1																																					
8.	Прочитайте текст и установите соответствие между классификационным признаком вывески и ее особенностями К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца: <table border="1"> <tr> <td></td> <td>Особенности</td> <td></td> <td>Название признака</td> </tr> <tr> <td>А</td> <td>С плоскими элементами</td> <td>1</td> <td>по наличию освещения</td> </tr> <tr> <td>Б</td> <td>Световые</td> <td>2</td> <td>по характеру размещения информации</td> </tr> <tr> <td>В</td> <td>Двусторонние</td> <td>3</td> <td>по характеристикам объемности</td> </tr> <tr> <td>Г</td> <td>Несветовые</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Д</td> <td>Односторонние</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Е</td> <td>С объемными элементами</td> <td></td> <td></td> </tr> </table> Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами: <table border="1"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> <td>Г</td> <td>Д</td> <td>Е</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		Особенности		Название признака	А	С плоскими элементами	1	по наличию освещения	Б	Световые	2	по характеру размещения информации	В	Двусторонние	3	по характеристикам объемности	Г	Несветовые			Д	Односторонние			Е	С объемными элементами			А	Б	В	Г	Д	Е						
	Особенности		Название признака																																						
А	С плоскими элементами	1	по наличию освещения																																						
Б	Световые	2	по характеру размещения информации																																						
В	Двусторонние	3	по характеристикам объемности																																						
Г	Несветовые																																								
Д	Односторонние																																								
Е	С объемными элементами																																								
А	Б	В	Г	Д	Е																																				
9.	Прочитайте текст и установите соответствие между внешними и внутренними факторами конкурентоспособности К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца: <table border="1"> <tr> <td></td> <td>Особенности</td> <td></td> <td>Факторы</td> </tr> <tr> <td>А</td> <td>Качество управления организацией</td> <td>1</td> <td>Внутренние</td> </tr> <tr> <td>Б</td> <td>Уровень цен на лекарства</td> <td>2</td> <td>Внешние</td> </tr> <tr> <td>В</td> <td>Потенциал организации</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Г</td> <td>Качество обслуживания</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Д</td> <td>Организационно-технический</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		Особенности		Факторы	А	Качество управления организацией	1	Внутренние	Б	Уровень цен на лекарства	2	Внешние	В	Потенциал организации			Г	Качество обслуживания			Д	Организационно-технический																		
	Особенности		Факторы																																						
А	Качество управления организацией	1	Внутренние																																						
Б	Уровень цен на лекарства	2	Внешние																																						
В	Потенциал организации																																								
Г	Качество обслуживания																																								
Д	Организационно-технический																																								

			уровень производства																																																
	Е		Режим работы																																																
	Ж		Атмосфера торгового зала																																																
	З		Удобство входа в аптеку																																																
	Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами: <table border="1"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> <td>Г</td> <td>Д</td> <td>Е</td> <td>Ж</td> <td>З</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>					А	Б	В	Г	Д	Е	Ж	З																																						
А	Б	В	Г	Д	Е	Ж	З																																												
10.	Прочитайте текст и установите соответствие между элементами комплекса маркетинга и задачами мерчандайзинга К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца: <table border="1"> <tr> <td></td> <td>Задача мерчандайзинга</td> <td></td> <td>Элемент маркетинга</td> </tr> <tr> <td>А</td> <td>Принятие решений о ценовой политике</td> <td>1</td> <td>Товар</td> </tr> <tr> <td>Б</td> <td>Совершенствование дизайна упаковки</td> <td>2</td> <td>Цена</td> </tr> <tr> <td>В</td> <td>принятие решения о товарном ассортименте</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Г</td> <td>Улучшение производителем логистики</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Д</td> <td>методы выкладки товаров</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Е</td> <td>Принятие решений о ценовой стратегии</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Ж</td> <td>обеспечение гарантий качества</td> <td></td> <td></td> </tr> </table> Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами: <table border="1"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> <td>Г</td> <td>Д</td> <td>Е</td> <td>Ж</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>						Задача мерчандайзинга		Элемент маркетинга	А	Принятие решений о ценовой политике	1	Товар	Б	Совершенствование дизайна упаковки	2	Цена	В	принятие решения о товарном ассортименте			Г	Улучшение производителем логистики			Д	методы выкладки товаров			Е	Принятие решений о ценовой стратегии			Ж	обеспечение гарантий качества			А	Б	В	Г	Д	Е	Ж							
	Задача мерчандайзинга		Элемент маркетинга																																																
А	Принятие решений о ценовой политике	1	Товар																																																
Б	Совершенствование дизайна упаковки	2	Цена																																																
В	принятие решения о товарном ассортименте																																																		
Г	Улучшение производителем логистики																																																		
Д	методы выкладки товаров																																																		
Е	Принятие решений о ценовой стратегии																																																		
Ж	обеспечение гарантий качества																																																		
А	Б	В	Г	Д	Е	Ж																																													
11.	Прочитайте текст и установите соответствие между элементами комплекса маркетинга и задачами мерчандайзинга К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого																																																		

	<table><tr><td colspan="4">столбца:</td></tr><tr><td></td><td>Задача мерчандайзинга</td><td></td><td>Элемент маркетинга</td></tr><tr><td>А</td><td>Неповторимая атмосфера торгового зала</td><td>1</td><td>Место</td></tr><tr><td>Б</td><td>Применение рекламных материалов</td><td>2</td><td>Продвижение</td></tr><tr><td>В</td><td>Грамотная планировка</td><td></td><td></td></tr><tr><td>Г</td><td>Предложение пробников товара</td><td></td><td></td></tr><tr><td>Д</td><td>Расположение информации в местах продаж</td><td></td><td></td></tr><tr><td>Е</td><td>Применение POS-материалов</td><td></td><td></td></tr></table> Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td><td>Д</td><td>Е</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	столбца:					Задача мерчандайзинга		Элемент маркетинга	А	Неповторимая атмосфера торгового зала	1	Место	Б	Применение рекламных материалов	2	Продвижение	В	Грамотная планировка			Г	Предложение пробников товара			Д	Расположение информации в местах продаж			Е	Применение POS-материалов			А	Б	В	Г	Д	Е						
столбца:																																													
	Задача мерчандайзинга		Элемент маркетинга																																										
А	Неповторимая атмосфера торгового зала	1	Место																																										
Б	Применение рекламных материалов	2	Продвижение																																										
В	Грамотная планировка																																												
Г	Предложение пробников товара																																												
Д	Расположение информации в местах продаж																																												
Е	Применение POS-материалов																																												
А	Б	В	Г	Д	Е																																								
12.	Прочитайте текст и установите соответствие между временным промежутком в истории мерчандайзинга и событием К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца: <table><tr><td></td><td>Даты</td><td></td><td>События</td></tr><tr><td>А</td><td>1929-1933 гг.</td><td>1</td><td>рынок реализатора начал перерастать в рынок клиента</td></tr><tr><td>Б</td><td>70-е годы 20 века</td><td>2</td><td>поиски способов и возможностей для улучшения выживаемости компаний</td></tr><tr><td>В</td><td>60-е годы 20 века</td><td>3</td><td>Период активного внедрения мерчандайзинга в крупных сетях</td></tr><tr><td>Г</td><td>90-е годы 20 века</td><td>4</td><td>Применение мерчандайзинга в СССР</td></tr></table> Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>		Даты		События	А	1929-1933 гг.	1	рынок реализатора начал перерастать в рынок клиента	Б	70-е годы 20 века	2	поиски способов и возможностей для улучшения выживаемости компаний	В	60-е годы 20 века	3	Период активного внедрения мерчандайзинга в крупных сетях	Г	90-е годы 20 века	4	Применение мерчандайзинга в СССР	А	Б	В	Г																				
	Даты		События																																										
А	1929-1933 гг.	1	рынок реализатора начал перерастать в рынок клиента																																										
Б	70-е годы 20 века	2	поиски способов и возможностей для улучшения выживаемости компаний																																										
В	60-е годы 20 века	3	Период активного внедрения мерчандайзинга в крупных сетях																																										
Г	90-е годы 20 века	4	Применение мерчандайзинга в СССР																																										
А	Б	В	Г																																										

13.	Прочитайте текст и установите соответствие между способом выкладки и его особенностями К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:				
		Особенности		Способ выкладки	
	А	По всей длине стеллажа	1	Вертикальная	
	Б	Для аптеки самообслуживания	2	Горизонтальная	
	В	Сверху вниз	3	Товарная	
	Г	Для оформления витрин в аптеках с закрытой формой выкладки	4	Декоративная	
	Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:				
	А	Б	В	Г	
	14.	Прочитайте текст и установите последовательность уровней выкладки снизу вверх 1. Уровень шляпы 2. Уровень рук 3. Уровень ног 4. Уровень глаз Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:			
А		Б	В	Г	
15.	Прочитайте текст и установите соответствие между особенностями выкладки различных групп товаров К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:				
		Особенности		Группа товаров	
	А	Теплая зона	1	Лечебная косметика	
	Б	Блочная выкладка	2	Медицинская техника	
	В	Горизонтальная выкладка	3		

		Г	Холодная зона	4				
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:						
		А	Б	В	Г			
	16.	Прочитайте текст и установите соответствие между уровнем выкладки для различных групп товаров К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:						
			Уровень		Группа товаров			
		А	Уровень шляпы	1	Перевязочные средства и парафармация			
		Б	Уровень глаз	2	Сезонные товары			
		В	Уровень рук	3	Товары с большой упаковкой, которые заметны издали			
		Г	Уровень ног	4	Новинки и товары импульсного спроса			
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:						
		А	Б	В	Г			
	17.	Прочитайте текст и установите последовательность этапов визита медицинского или фармацевтического представителя 1. Завершение визита; 2. Работа с возражениями; 3. Выявление потребности; 4. Презентация; 5. Приветствие, открытие визита; 6. Подготовка к визиту; 7. Анализ визита.						
		Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:						
		А	Б	В	Г	Д	Е	Ж
	18.	Прочитайте текст и установите последовательность этапов принятия решений о покупке 1. Этап оценки 2. Этап реакции на покупку						

	3. Этап поиска информации 4. Этап осознания Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	А	Б	В	Г																								
А	Б	В	Г																										
19.	Прочитайте текст и установите соответствие между видами планировки торгового зала и его особенностями К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца: <table><tr><td></td><td>Вид планировки</td><td></td><td>Особенности</td></tr><tr><td>А</td><td>Линейная</td><td>1</td><td>Петля или боксовая планировка</td></tr><tr><td>Б</td><td>Выставочная</td><td>2</td><td>Подчеркнутое различие в планировке в разных отделах</td></tr><tr><td>В</td><td>Смешанная</td><td>3</td><td>Параллельные линии торгового оборудования</td></tr><tr><td>Г</td><td>«Трек»</td><td>4</td><td>Размещение оборудования вдоль стен</td></tr></table> Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>		Вид планировки		Особенности	А	Линейная	1	Петля или боксовая планировка	Б	Выставочная	2	Подчеркнутое различие в планировке в разных отделах	В	Смешанная	3	Параллельные линии торгового оборудования	Г	«Трек»	4	Размещение оборудования вдоль стен	А	Б	В	Г				
	Вид планировки		Особенности																										
А	Линейная	1	Петля или боксовая планировка																										
Б	Выставочная	2	Подчеркнутое различие в планировке в разных отделах																										
В	Смешанная	3	Параллельные линии торгового оборудования																										
Г	«Трек»	4	Размещение оборудования вдоль стен																										
А	Б	В	Г																										
20.	Прочитайте текст и установите соответствие между видами витрин и их характеристикой К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца: <table><tr><td></td><td>Вид витрины</td><td></td><td>Характеристика</td></tr><tr><td>А</td><td>Закрытые</td><td>1</td><td>Акцентирует внимание на группе товаров к конкретному событию</td></tr><tr><td>Б</td><td>Открытые</td><td>2</td><td>Применяется для демонстрации дорогостоящих или рецептурных товаров</td></tr><tr><td>В</td><td>Тематические</td><td>3</td><td>Возможность напрямую взаимодействовать с товарами</td></tr></table> Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:		Вид витрины		Характеристика	А	Закрытые	1	Акцентирует внимание на группе товаров к конкретному событию	Б	Открытые	2	Применяется для демонстрации дорогостоящих или рецептурных товаров	В	Тематические	3	Возможность напрямую взаимодействовать с товарами												
	Вид витрины		Характеристика																										
А	Закрытые	1	Акцентирует внимание на группе товаров к конкретному событию																										
Б	Открытые	2	Применяется для демонстрации дорогостоящих или рецептурных товаров																										
В	Тематические	3	Возможность напрямую взаимодействовать с товарами																										

		A	Б	В	
	Задания открытого типа				
1.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какое значение PR служба имеет в деятельности фармацевтических организаций?				
2.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Что такое «Мерчандайзинг»?				
3.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие цели и задачи мерчандайзинга существуют?				
4.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Что такое организационно-экономические факторы достижения конкурентоспособности предприятия?				
5.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие внешние и внутренние факторы повышения конкурентоспособности существуют?				
6.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Что такое геомаркетинг? Какая цель применения геомаркетинга в фармации?				
7.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какая цель применения геомаркетинга в фармации?				
8.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие требования к оформлению вывески аптечной организации выделяют с позиций мерчандайзинга?				
9.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие классификации вывесок существуют?				
10.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие требования к оформлению вывески аптечной организации выделяют с позиции нормативно-правового регулирования?				
11.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие особенности оформления входной зоны в аптеку и прилегающей территории существуют с				

	позиций мерчандайзинга?
12.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Что такое основные и дополнительные точки продажи? Дайте их развернутую характеристику и укажите особенности
13.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Что такое зонирование торгового зала аптеки?
14.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие зоны в торговом зале аптеки выделяют? Какие товары преимущественно необходимо размещать в каждой из зон?
15.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие стили оформления аптек существуют? Перечислите, дайте характеристику
16.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Что такое атмосфера торгового зала?
17.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие основные компоненты атмосферы торгового зала существуют? Дайте их характеристику
18.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие способы и правила выкладки товара в аптеке существуют?
19.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Что такое планограмма витрины?
20.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие особенности размещения и выкладки в торговом зале аптеки лечебной косметики?
21.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие особенности размещения и выкладки в торговом зале аптеки изделий медицинского назначения и медицинской техники?
22.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие преимущества и недостатки формата самообслуживания выделяют?
23.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ:

		Что такое POS-материалы?				
24.		Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие задачи размещения POS-материалов в аптеке?				
25.		Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие функции POS-материалы выполняют в аптеке?				
26.		Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие основные POS-материалы, используемые в аптеках существуют? Перечислите и приведите примеры				
		Задание закрытого типа с выбором одного или нескольких ответов из предложенных, в том числе из банка заданий Методического центра аккредитации (fmza.ru)				
1.		Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных При продаже товаров с эластичным спросом А) общая выручка от продажи возрастает при снижении цены Б) общая выручка от продажи уменьшается при снижении цены В) общая выручка от продажи остается постоянной при снижении цены Г) общая выручка от продажи снижается при возрастании цены Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г			
2.		Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Товары, имеющие высокую долю и высокий темп прироста продаж, называются А) звезды Б) дикие кошки В) дойные коровы Г) собаки Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г			
3.		Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Товары, которые покупатель тщательно выбирает и сравнивает между собой по различным				

	показателям являются товарами А) предварительного выбора Б) повседневного спроса В) особого спроса Г) пассивного спроса Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г		
4.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Первым этапом жизненного цикла товара является А) этап внедрения на рынок Б) этап спада В) этап роста Г) этап зрелости Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г		
5.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Первым этапом продажи товара в аптеке является А) установление контакта Б) выявление потребности В) презентация товара Г) ответ на возражения Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г		
6.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Глубина товарного ассортимента характеризуется А) разновидностью дозировок, концентраций, фасовок одного наименования товара Б) числом лекарственных форм одной номенклатурной позиции В) общим количеством всех продаваемых товаров Г) количеством проданных ассортиментных позиций Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г		

7.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Совокупность методов, направленных на увеличение объемов продаж непосредственно в аптечной организации, это А) мерчандайзинг Б) коучинг В) франчайзинг Г) лизинг Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г		
8.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Позиционирование товара – это А) определение основных потребительских свойств товара и уточнение места товара на рынке Б) анализ рыночной политики предприятия В) определение потенциальных потребителей товара Г) координация усилий посредников Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г		
9.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Наиболее эффективным местом при горизонтальной выкладке является А) центр полки Б) с правой стороны от центра витрины В) с левой стороны от центра витрины Г) сбоку от центра витрины Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г		
10.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Наиболее эффективным местом при вертикальной выкладке является А) уровень «шляпы» Б) уровень глаз В) уровень рук Г) уровень ног				

		Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г			
11.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Наилучшим местом для размещения рекламы является А) зона продажи с правой стороны Б) прикассовая зона В) зона около входа Г) углы торгового зала Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г	
А	Б	В	Г			
12.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Стеллажи с товарами, находящимися в нижней части зрительного поля в левом углу, называются А) «мертвая зона» Б) «золотая полка» В) «тектоническая» выкладка Г) дисплейная выкладка Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г	
А	Б	В	Г			
13.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Чтобы товар был замечен и выделен среди других товаров, ширина выкладки должна быть А) не менее 40-50 см Б) не более 30 см В) не менее 1 метра Г) от ширины выкладки не зависит продаваемость товаров Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г	
А	Б	В	Г			
14.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Полноцветный, фигурный рекламный элемент, предназначенный для визуального объединения и выделения на общей полке продукции одной торговой марки, называется А) шелфтокер					

	Б) воблер В) диспенсер Г) стоппер Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г		
15.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных К рекламному элементу на гибкой ножке относят А) воблер Б) шелфтокер В) диспенсер Г) стоппер Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г		
16.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных К приспособлению для размещения листовок на местах продажи относят А) диспенсер Б) воблер В) шелфтокер Г) стоппер Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г		
17.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Наиболее благоприятными оттенками для оформления торгового зала считаются А) зеленые Б) красные В) оранжевые Г) желтые Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г		
18.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Представление товаров в больших количествах называется				

		А) объемная выкладка Б) вертикальная выкладка В) горизонтальная выкладка Г) фронтальная выкладка Запишите выбранный ответ - букву: А Б В Г
	19.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Витрины, на которые выложены препараты, действующие на один орган, но вызывающие различные эффекты, называются А) специализированные Б) узкоспециализированные В) смешанные Г) комбинированные Запишите выбранный ответ - букву: А Б В Г
	20.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Подвесные макеты изделия, выполненные в величину, превышающую натуральную называются А) мобайлы Б) муляжи В) шелфтокеры Г) воблеры Запишите выбранный ответ - букву: А Б В Г
ПК 1.5. Осуществлять розничную торговлю медицинскими изделиями и другими товарами		Задания закрытого типа
	1.	Прочитайте текст и установите последовательность фаз (этапов) в типичном жизненном цикле товара: 1) Упадок, уход с рынка. 2) Зрелость. 3) Выведение товара на рынок. 4) Рост. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

аптечного ассортимента		<table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				А	Б	В	Г				
	А	Б	В	Г									
	2.	Прочитайте текст и установите соответствие между термином и его определением К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:											
			Термин		Определение								
		А	Товарная политика	1	продукт труда, произведенный для продажи								
		Б	Товар	2	товар, продаваемый поставляемая дистрибьюторам, и (или) дилерам и обладающая одной или несколькими отличительными характеристиками по отношению к другим товарам								
		В	Товарная единица	3	это система решений и действий предприятия, связанных с разработкой и управлением его товарами								
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:											
		<table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td></tr></table>	А	Б	В								
А	Б	В											
3.	Прочитайте текст и установите последовательность построения PR-кампании												

	1) Выбор стратегии 2) Определение целей кампании 3) Создание плана действий 4) Оценка результатов 5) Изучение целевой аудитории 6) Реализация кампании 7) Формирование бюджета 8) Улучшение кампании Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td><td>Д</td><td>Е</td><td>Ж</td><td>З</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	А	Б	В	Г	Д	Е	Ж	З								
А	Б	В	Г	Д	Е	Ж	З										
4.	Прочитайте текст и установите последовательность проведения маркетинговых исследований 1) Разработка плана исследования 2) Отбор источников информации 3) Постановка проблемы 4) Выводы и рекомендации 5) Анализ и интерпретация данных 6) Сбор и обработка информации. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td><td>Д</td><td>Е</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	А	Б	В	Г	Д	Е										
А	Б	В	Г	Д	Е												
5.	Прочитайте текст и установите соответствие между торговым наименованием ЛП и принципом нейминга К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца: <table><tr><td></td><td>ТН</td><td></td><td>Принцип нейминга</td></tr><tr><td>А</td><td>Папазол</td><td>1</td><td>Орган мишень</td></tr><tr><td>Б</td><td>Корвалол</td><td>2</td><td>Эффект препарата</td></tr><tr><td>В</td><td>Анальгин</td><td>3</td><td>Сокращение от действующих компонентов препарата</td></tr></table>		ТН		Принцип нейминга	А	Папазол	1	Орган мишень	Б	Корвалол	2	Эффект препарата	В	Анальгин	3	Сокращение от действующих компонентов препарата
	ТН		Принцип нейминга														
А	Папазол	1	Орган мишень														
Б	Корвалол	2	Эффект препарата														
В	Анальгин	3	Сокращение от действующих компонентов препарата														

		Г	Сорбифер				
		Д	Фитолакс				
		Е	Гептрал				
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:					
		А	Б	В	Г	Д	Е
6.		Прочитайте текст и установите соответствие между термином и его определением					
		К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:					
			Термин		Определение		
		А	Цена	1	это потребность в товарах, подкрепленная платежеспособностью потребителей, которые готовы их приобрести в определенном количестве, имея определенные денежные доходы при сложившихся ценах.		
		Б	Предложение	2	это то количество товаров, которое находится в продаже при сложившейся цене		
В	Платеже-способный спрос	3	это денежная форма товара, отражающая его стоимость, создаваемую в				

[illegible]

	8.	Прочитайте текст и установите последовательность создания маркетинговой среды предприятия 1) Определение реакции фармацевтического предприятия на изменение внешней маркетинговой среды 2) Степень влияния факторов на фармацевтического предприятия 3) Определение факторов внутри группы 4) Прогноз развития факторов внешней среды 5) Выявление основных групп 6) Определение значений факторов и тенденций их развития Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table border="1" data-bbox="1153 470 1496 555"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> <td>Г</td> <td>Д</td> <td>Е</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	А	Б	В	Г	Д	Е																						
А	Б	В	Г	Д	Е																									
	9.	Прочитайте текст и установите соответствие между составляющими SWOT-анализа и его определением К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца: <table border="1" data-bbox="566 678 1256 903"> <tr> <td></td> <td>Составляющие</td> <td></td> <td>Определение</td> </tr> <tr> <td>А</td> <td>Strength</td> <td>1</td> <td>возможность</td> </tr> <tr> <td>Б</td> <td>Opportunity</td> <td>2</td> <td>слабая сторона</td> </tr> <tr> <td>В</td> <td>Threat</td> <td>3</td> <td>сильная сторона</td> </tr> <tr> <td>Г</td> <td>Weakness</td> <td>4</td> <td>угроза</td> </tr> </table> Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами: <table border="1" data-bbox="566 981 795 1066"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> <td>Г</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		Составляющие		Определение	А	Strength	1	возможность	Б	Opportunity	2	слабая сторона	В	Threat	3	сильная сторона	Г	Weakness	4	угроза	А	Б	В	Г				
	Составляющие		Определение																											
А	Strength	1	возможность																											
Б	Opportunity	2	слабая сторона																											
В	Threat	3	сильная сторона																											
Г	Weakness	4	угроза																											
А	Б	В	Г																											
	10.	Прочитайте текст и установите последовательность проведения SWOT-анализа 1) Сопоставление сильных и слабых сторон предприятия и факторов внешней среды 2) Определение основных действий, актуальных для того или иного сочетания сил, возможностей, угроз и слабостей. 3) Анализ внутренней и внешней среды, выявление сильных и слабых сторон 4) Сбор аналитической информации Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table border="1" data-bbox="1209 1348 1438 1428"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> <td>Г</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	А	Б	В	Г																								
А	Б	В	Г																											

	11.	Прочитайте текст и установите соответствие между типами конкуренции и их вариантами К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:			
		Варианты		Тип конкуренции	
		А Ценовая	1	Уровень взаимодействия	
		Б Внутриотраслевая	2	По методам осуществления	
		В Совершенная	3	По самостоятельности хоз. субъектов	
		Г Неценовая			
		Д Несовершенная			
		Е Межотраслевая			
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:			
		А	Б	В	Г
		Д	Е		
	12.	Прочитайте текст и установите последовательность процесса покупки товаров 1) Выбор поставщика 2) Осознание нужды 3) Результат совершения покупки 4) Оценка характеристики товаров Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:			
		А	Б	В	Г
	13.	Прочитайте текст и установите соответствие между типами покупок и примерами покупок К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:			
		Примеры покупок		Тип покупки	
		А Импульсные	1	Частично спланированные	
		Б Гематоген возле	2	Чётко	

			кассы		запланированные
		В	Обезболивающее	3	Незапланированные
		Г	Отпуск по рецепту		
		Д	Нечеткие покупки		
		Е	Покупка таблеток парацетамола 500 мг 20 штук компании «Озон»		

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д	Е

14.	Прочитайте текст и установите соответствие компонентами ФОССТИС и их элементами			
	К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:			
		Элементы		Компоненты
	А	Выставки	1	ФОС
	Б	Стимулирование персонала	2	СТИС
	В	Стимулирование потребителей		
	Г	Реклама		

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

15.	Прочитайте текст и установите соответствие между теми, на кого направлены стратегии стимулирования сбыта и их элементами		
	К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:		
	Элементы		Стратегии

		A	Скидочные купоны	1	Потребители
		Б	Стимулирование личных продаж	2	Провизоры/фармацевты
		В	Образцы продукции		
		Г	Доплаты за продажу		
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:			
		A	Б	В	Г
16.	Прочитайте текст и установите соответствие между способом решения этической проблемы рекламы лекарственных средств и его составляющими				
	К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:				
		Составляющие		Способ решения	
	A	Внедрение отраслевых кодексов этики	1	Саморегулирование участников бизнес-отношений	
	Б	Усиление этической составляющей маркетинговой теории	2	Регулирование со стороны государства	
	В	Усиление этической составляющей деятельности предприятия	3	Регулирование со стороны бизнеса	
	Г	Совершенствование и развитие	4	Изменение концепции	

		законодательной базы		маркетинговой деятельности																													
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами: <table border="1"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> <td>Г</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>				А	Б	В	Г																								
А	Б	В	Г																														
17.		Прочитайте текст и установите соответствие между НД, регулирующим сферу рекламы различных ТАА и ТАА К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца: <table border="1"> <tr> <td></td> <td>ТАА</td> <td></td> <td>НД</td> </tr> <tr> <td>А</td> <td>Перевязочные материалы</td> <td>1</td> <td>Статья 24 ФЗ № 38 "О рекламе"</td> </tr> <tr> <td>Б</td> <td>Лекарственные средства</td> <td>2</td> <td>Статья 35 ФЗ № 38 "О рекламе"</td> </tr> <tr> <td>В</td> <td>БАДы</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Г</td> <td>Лечебная косметика</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Д</td> <td>Детское питание</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Е</td> <td>Медицинская техника</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>					ТАА		НД	А	Перевязочные материалы	1	Статья 24 ФЗ № 38 "О рекламе"	Б	Лекарственные средства	2	Статья 35 ФЗ № 38 "О рекламе"	В	БАДы			Г	Лечебная косметика			Д	Детское питание			Е	Медицинская техника		
	ТАА		НД																														
А	Перевязочные материалы	1	Статья 24 ФЗ № 38 "О рекламе"																														
Б	Лекарственные средства	2	Статья 35 ФЗ № 38 "О рекламе"																														
В	БАДы																																
Г	Лечебная косметика																																
Д	Детское питание																																
Е	Медицинская техника																																
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами: <table border="1"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> <td>Г</td> <td>Д</td> <td>Е</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>				А	Б	В	Г	Д	Е																						
А	Б	В	Г	Д	Е																												
18.		Прочитайте текст и установите соответствие между фактором, влияющим на потребление ЛП и его направлением воздействия К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца: <table border="1"> <tr> <td></td> <td>Факторы</td> <td></td> <td>Направление воздействия</td> </tr> <tr> <td>А</td> <td>Сокращение</td> <td>1</td> <td>Повышающие</td> </tr> </table>					Факторы		Направление воздействия	А	Сокращение	1	Повышающие																				
	Факторы		Направление воздействия																														
А	Сокращение	1	Повышающие																														

			заболеваемости		
		Б	Проведение профилактических мероприятий ²	2	Понижающие
		В	Рост численности населения		
		Г	Увеличение доли пожилого населения		
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:			
		А	Б	В	Г
	19.	Прочитайте текст и установите соответствие между фактором, влияющим на потребление ЛП и его содержанием			
		К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:			
			Факторы		Содержание
А		Уровень заболеваемости	1	Качественные	
Б		Квалификация мед и фарм персонала	2	Количественные	
В		Численность мед и фарм персонала			
Г		Нозологическая форма заболевания			
	Д	Культурный уровень населения			
Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:					

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

5.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Как звучит определение понятия «Маркетинговые исследования»?
6.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие цели и задачи у маркетинговых исследований в фармации? Что является объектом фармацевтического маркетинга?
7.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: По каким критериям классифицируют маркетинговые исследования в фармации?
8.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Как звучат определения следующих понятий: «Товар», «Товарная единица», «Товарная политика»?
9.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие существуют основные направления товарной политики в аптечной организации?
10.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Что такое конкурентоспособность товара?
11.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие параметры конкурентоспособности существуют?
12.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Что такое жизненный цикл товара? Изобразите традиционную кривую жизненного цикла товара
13.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие видоизменения кривой жизненного цикла товара существуют и характерны для аптечной организации? Изобразите видоизмененные кривые
14.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Что такое ассортиментная политика аптечной организации?
15.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Каковы задачи и цель ассортиментной политики?
16.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Что такое товарный ассортимент?

	17.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Что такое товарный знак?
	18.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие правовые аспекты применения товарного знака существуют?
	19.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Что такое фирменный стиль в фармации?
	20.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие существуют составляющие фирменного стиля?
	21.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Что означают понятия «нейминг» и «брендинг» в фармации? Приведите примеры
	22.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Что такое фармацевтический рынок?
	23.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие особенности фармацевтического рынка выделяют? Дайте их подробную характеристику
	24.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какая взаимосвязь существует между основными элементами рынка (спрос, предложение, цена)?
	25.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие существуют основные методы определения спроса и потребности в лекарственных средствах?
	26.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Что такое макросреда фармацевтической организации? Перечислите основные факторы и характеристики макросреды.
	27.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Что такое микросреда фармацевтической организации? Перечислите основные факторы и характеристики микросреды.
	28.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Что такое конкуренция? Какие функции и виды конкуренции в рыночном механизме существуют?
	29.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие типы конкурентных стратегий выделяют?

	30.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Что такое конкурентоспособность фармацевтической организации?
	31.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие методы оценки конкурентоспособности фармацевтической организации существуют?
	32.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие факторы определяют особенности потребления на фармацевтическом рынке?
	33.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие типы потребителей на фармацевтическом рынке выделяют?
	34.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие типы покупок, осуществляемых в аптечном учреждении, выделяют?
	35.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Что такое продвижение товаров на фармацевтическом рынке?
	36.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие функции продвижения товаров на фармацевтическом рынке?
	37.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие основные средства продвижения на фармацевтическом рынке существуют? Дайте их подробную характеристику
	38.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Что такое система формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС)?
	39.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие задачи стоят перед основными составляющими ФОССТИС: ФОС и СТИС?
	40.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие функции у фармацевтической рекламы?
	41.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие особенности фармацевтической рекламы?
	42.	Прочитайте текст и дайте развернутый обоснованный ответ: Какие нормативно-правовые документы, регулирующие рекламу в сфере фармации существуют?

		Задание закрытого типа с выбором одного или нескольких ответов из предложенных, в том числе из банка заданий Методического центра аккредитации (fmza.ru)				
	1.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Покупка, совершаемая под влиянием эмоций, называется А) импульсная Б) четко спланированная В) нечетко спланированная Г) маркетинговая Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г			
	2.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Правильная последовательность воздействия на покупателя с помощью формулы AIDA А) внимание, интерес, желание, действие Б) интерес, внимание, действие, желание В) желание, интерес, действие, внимание Г) внимание, желание, интерес, действие Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г			
	3.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Выкладкой товара на полке таким образом, чтобы были видны стороны с названием марки и другой базовой информацией называют А) фейсинг Б) вторичная выкладка В) брендированный стеллаж Г) дисплей Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г			
	4.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Наиболее важным правилом оформления витрины является				

	А) доступность Б) рубрикация В) массовость выкладки Г) заполненность витрины Запишите выбранный ответ - букву: А Б В Г
5.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Выкладка группы товаров, произведенных одной компанией, таким образом, чтобы самая покупаемая продукция располагалась в виде стен замка по краям является условием правила А) замка Б) корпоративного блока В) дублирования Г) порядка Запишите выбранный ответ - букву: А Б В Г
6.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Выкладка товаров таким образом, чтобы как минимум, «стены замка» и другие блоки из лидирующих позиций занимали по площади в 2 раза больше места, чем другие выложенные группы является условием правила А) дублирования Б) замка В) приоритетного места Г) корпоративного блока Запишите выбранный ответ - букву: А Б В Г
7.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Выкладка товаров таким образом, чтобы как минимум, «стены замка» и другие блоки из лидирующих позиций занимали по площади в 2 раза больше места, чем другие выложенные группы является условием правила А) дублирования Б) замка

	В) приоритетного места Г) корпоративного блока Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г		
8.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Выкладка товаров с условием соблюдения определенной системы брендов и подбрендов на производится в соответствии с правилом А) порядка Б) замка В) приоритетного места Г) корпоративного блока Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г		
9.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Установочной площадью аптечной организации называют А) занятую под торговое оборудование Б) рабочие места В) занятую холодильниками Г) для прохода покупателей и перемещения товара Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г		
10.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Нормативный документ, определяющий правила рекламирования лекарственных средств А) Федеральный закон № 38-ФЗ «О рекламе» Б) Федеральный закон № 61-ФЗ В) приказ МЗ РФ № 598н Г) постановление Правительства № 55 Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г		
11.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных				

	Планограммой называется А) составленная из фотографий или созданная на компьютере диаграмма, показывающая, где должна находиться каждая товарная единица Б) работа по размещению товаров на витринах и других средствах выкладки В) выкладка товаров на полках Г) способы презентации товара Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г		
12.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных При горизонтальной выкладке товары располагаются на полках витрины А) по всей плоскости полки Б) параллельно В) вертикально Г) по диагонали Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г		
13.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных «Планирование витрины» – это планирование А) выкладки товара на витрины аптеки Б) упаковки товара; В) презентации товара Г) цены товара Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г		
14.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных К POS–средствам при оформлении витрин относят А) воблеры Б) выставочные стенды В) световые конструкции Г) указатели Запишите выбранный ответ - букву:				

		☐	☐	☐	☐	
15.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Рекламные изображения на подвижной ножке, одним концом прикрепляющиеся к поверхности называются А) воблеры Б) мобайлы В) шелфтокеры Г) шелфорганайзеры Запишите выбранный ответ - букву:	☐	☐	☐	☐	
16.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Неблагоприятные зоны выкладки товара А) в углах аптеки Б) с левой стороны от потока покупателей В) рядом с наиболее продаваемыми товарами Г) около кассы Запишите выбранный ответ - букву:	☐	☐	☐	☐	
17.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных В "горячих зонах" торгового зала располагают товары А) лекарственные препараты, участвующие в рекламных акциях Б) лечебная косметика В) перевязочные средства. Г) медицинские изделия Запишите выбранный ответ - букву:	☐	☐	☐	☐	
18.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных В «холодных зонах» торгового зала располагают А) товары, имеющие небольшой, но стабильный спрос (изделия мед техники) Б) сезонные товары В) товары, участвующие в рекламных акциях					

		Г) товары высокоимпульсного спроса Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г			
19.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных К «теплым зонам» относятся участки торгового зала, которые А) всегда попадают в поле зрения покупателя Б) покупатель практически не видит В) в них совершают наибольшее число покупок. Г) в них совершают наименьшее число покупок. Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г	
А	Б	В	Г			
20.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Сообщение в рекламе о свойствах и характеристиках ЛП допускается в пределах показаний, содержащихся в А) инструкциях по применению Б) рекламных материалах В) информации медицинских представителей Г) СМИ Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г	
А	Б	В	Г			
21.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Товарный ассортимент в фармацевтическом маркетинге определяется как А) группы товаров, связанных между собой по схожести функционирования, группам покупателей, диапазону цен и др. Б) все, что предлагается рынку с целью использования или потребления В) все лекарственные препараты и медицинские изделия, находящиеся на витрине в торговом зале Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г	
А	Б	В	Г			
22.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Конкурентоспособность товара – это А) совокупность потребительских свойств и стоимостных характеристик товара, определяющих его					

		сравнительные позиции на рынке Б) сформированный в сознании потребителей четкий образ компании или продукта, отличный от конкурентов В) успешная деятельность компании по убеждению потребителей в конкурентном отличии своих продуктов от продуктов компаний-конкурентов Г) управленческая деятельность, обеспечивающая товарам успех на рынке Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г			
	23.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Под товарной единицей в фармацевтическом маркетинге понимают А) разновидности (варианты предложений) конкретного товара с присущими только ему характеристиками Б) группы товаров, связанных между собой по схожести функционирования, В) группы товаров, удовлетворяющие потребности только определенные сегменты рынка Г) все лекарственные препараты и медицинские изделия, находящиеся на витрине в торговом зале Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г			
	24.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Реклама лекарственных препаратов, отпускаемых по рецепту врача, разрешается А) в специализированных изданиях для медицинских работников Б) в торговом зале аптеки В) в СМИ Г) на транспорте Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г			
	25.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Группы товаров, реализуемые аптечной организацией, утверждены нормативным документом А) ФЗ №61-ФЗ от 2010 Б) ФЗ №99-ФЗ от 2011 В) ФЗ №323-ФЗ от 2011 Г) ФЗ №3-ФЗ от 1998				

		Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г			
	26.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Книга отзывов и предложений должна находиться А) в торговом зале на видном месте Б) у генерального директора В) у фармацевта первого стола Г) у заведующего аптекой Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г			
	27.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Режим работы аптечной организации индивидуального предпринимателя устанавливается А) самостоятельно Б) самостоятельно по согласованию с лицензирующим органом В) органом местного самоуправления Г) органом исполнительной власти субъекта РФ Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г			
	28.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных К минимальному набору помещений, которые целесообразно иметь для открытия аптеки готовых лекарственных форм, не относится А) ассистентская Б) помещения для персонала (комната персонала, кабинет заведующего, санузел, гардеробная) В) распаковочная или изолированная зона для распаковки товара Г) торговый зал Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г			
	29.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных На вывеске аптечной организации не требуется обязательного указания А) адресов и телефонов близлежащих и дежурных аптек Б) режима работы				

		В) вида организации Г) место нахождения (в соответствии с учредительными документами) организации Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г			
	30.	Прочитайте текст и выберите правильный ответ из предложенных Мебель, не используемая в оснащении торгового зала аптечной организации А) шкаф для хранения санитарной одежды Б) витрина для выкладки ЛП и других товаров, разрешенных к отпуску из аптечных организаций, холодильная витрина, холодильники для хранения термолабильных ЛП В) контрольно-кассовая техника или регистратор продаж Г) шкафы для хранения ЛП и других товаров, разрешенных к отпуску из аптечных Организаций Запишите выбранный ответ - букву: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr></table>	А	Б	В	Г
А	Б	В	Г			