|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид** | **Код** | **Текст названия вопроса, вариантов ответов** |
|  |  |  |
| **В** | **001** | **Исключите неправильный ответ.** **Для совершения сделки необходимо соблюдение следующих основных условий:** |
| О | А | **Наличие по меньшей мере двух ценностно-значимых объектов;** |
| О | Б  | Согласованного времени совершения; |
| О | В  | Согласованного места проведения; |
| О | Г  | Каждая сторона должна быть способна осуществлять коммуникацию и доставку своего товара. |
|  |  |  |
| **В** | **002** | **Выберите правильные ответы. Основными предпосылками возникновения маркетинга в здравоохранении явились:** |
| О  | А | Все вышеперечисленные предпосылки. |
| О  | Б  | Рост издержек производства медицинских услуг; |
| О  | В  | Недостаточное качество медицинской помощи; |
| О | Г  | Ухудшение состояния здоровья населения; |
| О | Д | Уменьшение обращаемости населения за медицинской помощью; |
|  |  |  |
| **В** | **003** | **Выберите неправильный ответ.** Перечислите основные концепции маркетинговой деятельности: |
| О | А | Концепция маркетинга, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция социально-этичного маркетинга; |
| О | Б | Концепция маркетинга, концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара; |
| О | В | Концепция социально-этичного маркетинга, концепция развития здравоохранения. |
|  |  |  |
| **В**  | **004** | **Исключите неправильный ответ**Анализ маркетинговой микросреды предполагает изучение следующих составных факторов:  |
| О | А | Поставщиков; |
| О | Б | Конкурентов; |
| О | В | Потребителей медицинских услуг |
| О | Г | Налоговую политику государства. |
|  |  |  |
| **В**  | **005** | **Исключите неправильный ответ.** Для успешной работы с конкурентами в конкретной МО необходимо, чтобы предоставляемая услуга соответствовала следующим параметрам:  |
| О | А | **Высокая стоимость услуги;** |
| О | Б | Уникальные свойства; |
| О | В | Гарантированное качество; |
| О | Г | Наличие в конкретной МО высококвалифицированных специалистов; |
| О | Д  | Низкая стоимость услуги. |
|  |  |  |
| **В**  | **006** |  **Исключите неправильный ответ** Изучить поведение потребителей медицинских услуг, это, значит, ответить на следующие основные вопросы: а) Кто и где покупает (может покупать |
| О | А | Каков ассортимент услуг вашей МО (наших конкурентов). |
| О | Б | Сколько услуг покупают в нашей МО (в МО наших конкурентов) за определенный период времени; |
| О | В | Почем и каким образом покупают (могут покупать) услуги нашей МО (услуги наших конкурентов); |
| О | Г | Кто и где покупает (может покупать) услуги нашей МО (услуги наших конкурентов); |
|  |  |  |
| **В**  | **007** | **Исключите неправильный ответ.** Источниками информации о потребителях медицинских услуг являются:  |
| О | А | Информация о стандартных рынках. |
| О | Б | Профессиональные журналы; |
| О | В | Отчеты деятельности конкретной МО; |
| О | Г | Официальные государственные источники; |
|  |  |  |
| **В**  | **008** | **Выберите правильный ответ. Сегментация рынка - это:** |
| О | А | Разделение рынка на более мелкие составляющие; |
| О | Б | Укрупнение рынка на большие сегменты рынка; |
| О | В | Объединение мелких сегментов рынка в крупные сегменты. |
|  |  |  |
| **В**  | **009** | **Выберите один или несколько правильных ответов.** Составными элементами маркетингового комплекса являются:  |
| О | А | Разработка товара (услуги); |
| О | А | Установление цены на медицинскую услугу; |
| О | А | Разработка системы продвижения на рынок товара (услуги); |
| О | Б | Выбор способов распространения; |
| О | В | Время продажи услуги. |
|  |  |  |
| **В**  | **010** | **Исключите неправильный ответ.** При разработке новой услуги нужно учесть:  |
| О  | А | Каково место продажи услуги. |
| О | Б | Каково предложение этой услуги; |
| О | В | Каков спрос на эту услугу; |
| О | Г | Характеристики услуги; |
|  |  |  |
| **В**  | **011** | **Выберите один или несколько правильных ответов** Реклама - это:  |
| О | А | Информация о достоинствах услуги; |
| О | Б | Коммерческая информация о самой услуге; |
| О | В | Информация, убеждающая в преимуществах предлагаемой услуги; |
| О | Г | Коммерческая информация о фирме; |
| О | Д  | Все вышеперечисленное. |
|  |  |  |
| **В**  | **012** | **Выберите один наиболее правильный ответ.** В лечебно-профилактических учреждениях реклама чаще всего в основном носит:  |
| О | А | Информационный характер; |
| О | А | Напоминающий характер; |
| О | А | Разъяснительно-пропагандистский характер; |
| О | Б | Увещевательный характер |
| О | В  | Все вышеперечисленное. |
|  |  |  |
| **В**  | **013** | **Выберите один или несколько правильных ответов.** Маркетинговая деятельность проводится в соответствии с планами: |
| О | А | Планом стратегического развития; |
| О | А | Планом маркетинга; |
| О | **Б** | Планом социального развития; |
| О | **В** | Все вышеперечисленное. |
|  |  |  |
| **В**  | **014** | **Исключите неправильный ответ.** Стратегическое планирование состоит из следующих основных составляющих элементов: |
| О | А | Постановка задач и выбор целей; |
| О | А | Разработка стратегии роста МО. |
| О | Б | Разработка программы МО |
| О | В | Составление планов хозяйственного развития; |
| О | Г | Составление тактических планов; |
|  |  |  |
| **В**  | **015** | **Выберите один или несколько правильных ответов.** Основными задачами маркетинговой службы МО являются:  |
| О | А | Комплексное изучение рынка общественного здоровья, обеспечение устойчивой реализации товаров и услуг, рыночная ориентация производства; |
| О | А | Анализ рыночной ситуации и разработка рекомендаций по новым видам услуг; |
| О | А | Разработка и реализация стратегии и тактики маркетинга, разработка маркетинговых программ и обеспечение их реализации; |
| О | Б | Научно-исследовательские и проектно-конструкторские работы; |
| О | В | Определение программ работ по формированию спроса, реклама и стимулирование сбыта услуг; |
| О | Г  | Рекомендации основных требований к товарам и услугам, их ассортименту; |
|  |  |  |
| **В**  | **016** | **Выберите один правильный ответ.** В новых экономических условиях изучением рынка медицинских услуг наиболее целесообразно заниматься: |
| О | А | Маркетинговой службе. |
| О | Б | Главному бухгалтеру; |
| О | В | Планово-финансовому отделу; |
| О | Г | Главному врачу МО; |
|  |  |  |
| **В**  | **017** | **Укажите три главных источника мотивации предпринимательства:** |
| О | А | Желание получить больший контроль за своим собственным благополучием; |
| О | А | Желание распространить свой собственный стиль и образ жизни на сферу деловой активности; |
| О | А | Победить конкурента в однородном бизнесе. |
| О | Б | Получить удовлетворение от чувства лидера в своем деле; |
| О | В | Получить вознаграждение за труд и рост личного благосостояния; |
|  |  |  |
| **В**  | **018** | **Укажите неправильный ответ** Основными критериями, которым должен отвечать маркетинговый посредник в системе ОМС, являются:  |
| О | А | Существование на конкурентной основе. |
| О | Б | Независимость от медицинских учреждений; |
| О | В | Компетентность; |
| О | Г | Независимость от страховых медицинских организаций; |
|  |  |  |
| **В**  | **019** | Выберите наиболее полное определение маркетинга в здравоохранении. |
| О | А | Маркетинг - это комплексный процесс планирования, экономического обо­снования и управления производством услуг здравоохранения, ценовой поли­тикой в области лечебно-диагностического процесса, продвижением услуг (то­варов медицинского значения) к потребителям, а также процессом реализации. |
| О | Б | Маркетинг - система принципов, методов и мер, базирующихся на комплекс­ном изучении спроса потребителя и целенаправленном формировании предложения медицинских услуг производителям; |
| О | В | Маркетинг - это предпринимательская деятельность, которая управляет про­движением товаров и услуг от производителя к потребителю или пользователю: |
|  |  |  |
| **В**  | **020** |  Исключите неправильный ответ. Основные понятия, отражающие сущность маркетинга: |
| О | А | Обмен, сделка. |
| О | Б | Нужда, потребность. |
| О | В | Рынок. |
| О | Г | Запрос, товар. |