Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Стегний Кирилл Владимирович
Должность: И.о. ректора
Дата подписания: 16.04.2026 12:32:51
Уникальный программный ключ:
d59234ba928aea5c04c54eb9013e367220b6b2ae

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

УТВЕРЖДЕНО
Заведующий кафедрой
_____ Устинова Л.В.
«11» апреля 2025 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
Дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 Конкуренция на фармацевтическом рынке основной образовательной программы высшего образования

Специальность	33.05.01 Фармация (код, наименование)
Уровень подготовки	специалитет
Направленность подготовки	02 Здравоохранение в сфере обращения лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента
Форма обучения	очная
Срок освоения ООП	5 лет (нормативный срок обучения)
Кафедра	фармации

Владивосток – 2025

1. ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1.1. Фонд оценочных средств регламентирует формы, содержание, виды оценочных средств для текущего контроля, промежуточной аттестации и итоговой (государственной итоговой) аттестации, критерии оценивания дифференцированно по каждому виду оценочных средств.

1.2. Фонд оценочных средств определяет уровень формирования у обучающихся установленных в ФГОС ВО и определенных в основной образовательной программе высшего образования по специальности 33.05.01 Фармация, направленности 02 Здравоохранение в сфере обращения лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента универсальных (УК) компетенций, общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций

https://tgmu.ru/sveden/files/auf/OOP_33.05.01_Farmaciya_2025.pdf

2. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

2.1. Виды контроля и аттестации, формы оценочных средств

№ п/п	**Виды аттестации**	**Оценочные средства**
		Форма
1	**Текущая аттестация**	**Тесты**
		Ситуационные задачи
2	**Промежуточная аттестация**	**Вопросы для собеседования**

3. Содержание оценочных средств текущего контроля

Текущий контроль осуществляется преподавателем дисциплины при проведении занятий в форме: тестирования, ситуационных задач.

Тестовый контроль

	Код	**Текст компетенции / названия трудовой функции / названия трудового действия / текст**
С	33.05.01	Фармация
К	УК- 1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
К	ПК- 2	Способен осуществлять отпуск и реализацию лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента через фармацевтические и медицинские организации
Ф	A/01.7	Оптовая, розничная торговля, отпуск лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента
И		**ДАЙТЕ ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ 1 УРОВНЯ (ОДИН ПРАВИЛЬНЫЙ ОТВЕТ)** 1. Чистая монополия: 1. На товарном или географическом рынке присутствует один продавец 2. На рынке выражено доминирование нескольких продавцов

		3. На рынке присутствует большое число конкурентов, предлагающих дифференцированный товар 4. Характеризуется большим числом продавцов с однотипным товаром Ответ: 1 2. Олигополия – это рыночная структура, где оперирует: 1. Большое количество конкурирующих фирм, производящих однородный продукт 2. Большое количество конкурирующих фирм, производящих дифференцированный продукт 3. Небольшое количество конкурирующих фирм 4. Только одна крупная фирма 5. Только один крупный покупатель Ответ: 3 3. Олигополия – тип рынка, характеризующийся тем, что: 1. Несколько фирм контролируют основную часть рынка 2. Существует свободный доступ на рынок 3. Существует множество фирм, действующих на рынке Ответ: 1 5. Если монополия в отрасли сменяется монополистической конкуренцией, то от этого: 1. Выигрывают продавцы 2. Выигрывают покупатели 3. Выигрывают и продавцы, и покупатели 4. Никто не выигрывает Ответ: 2 6. Расчетное значение индекса Герфиндаля-Гиршмана составляет 499 единиц, а коэффициента концентрации– 33%, это означает, что: 1. Данные не реальны 2. Рынок с высокой степенью концентрации 3. Рынок со средней степенью концентрации 4. Рынок с низкой степенью концентрации Ответ: 4 7. Основой антимонопольного законодательства выступает: 1. Конституция РФ 2. ГК РФ 3. Закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» 4. Федеральный закон «О защите конкуренции» Ответ: 1 8.Антимонопольный орган – это … 1. Орган судебной власти 2. Орган законодательной власти

		3. Федеральный антимонопольный орган или его территориальные органы Ответ: 3 9. Конкурентоспособность продукции – это: 1. Реальная и потенциальная способность разрабатывать и производить выгодно отличающиеся от конкурента товары; 2. Относительная характеристика, указывающая на выгодное отличие от товара-конкурента; 3. Совокупность свойств товара, которые гарантируют удовлетворение потребности покупателя и определяют сравнительные позиции товара на рынке сбыта; 4. Цена ниже, чем у конкурента Ответ: 3 10. В основе оценки конкурентоспособности продукции лежит: 1. Учет затрат на производство и потребление (эксплуатацию) продукции; 2. Учет технических и качественных характеристик; 3. Сопоставление полезного эффекта и затрат по ее использованию. 4. сопоставление компетенций сотрудников Ответ: 3 11."Жесткие" параметры конкурентоспособности лекарственных средств: 1. Фармакологическое действие 2. Удобство в применении 3. Рациональность и эстетичность упаковки 4. Престиж торговой марки Ответ: 1 12."Мягкие" параметры конкурентоспособности лекарственных средств: 1. Фармакологическое действие 2. Побочное действие 3. Срок годности 4. Рациональность и эстетичность упаковки Ответ: 4 13. Одним из условий покупки изделия является совпадение параметров: 1. Цены рынка и стоимости доставки товара 2. Процесса потребления с аналогичными техническими параметрами 3. Цены рынка и полезного эффекта 4. Эстетичности упаковки и дальнейшего её использования

		Ответ: 3 14. Основными объектами управления конкурентоспособностью являются: 1. Продажная цена товара и полезный эффект от его использования 2. Издержки производства и сбыта 3. Полезный эффект и цена потребления 4. Потребительская новизна товара. Ответ: 3 15. Конкурентоспособность товара - это: 1. Степень его притягательности для совершающего реальную покупку потребителя 2. Способность фирмы, производящей этот товар, достигать законным путём экономических и социальных преимуществ по сравнению с другими 3. Закономерность, состоящая в том, что стремление придать товару наилучшие характеристики в одних отношениях заставляет в какой-то мере поступиться его достоинствами в других отношениях 4. Больший срок нахождения на рынке Ответ: 1 16. Показатели, характеризующие соответствие изделия типичным размерам и форме человеческого тела и его отдельных частей, называются: 1. Антропометрическими 2. Физиологическими 2. Психофизиологическими 4. Гигиеническими Ответ: 1 17. Положительная ассоциация, возникающая у человека в связи с увиденным, услышанным, прочитанным наименованием продукта, марки, предприятия называется 1. Реклама 2. Имидж 3. Паблисити 4. Рейтинг Ответ: 2 18. Интегральный показатель конкурентоспособности товара, который имеет конкурентные преимущества, соответствует: 1. 0 2. > 1 3. <1 4. -1 Ответ: 2
		ДАЙТЕ ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ 2 УРОВНЯ

		(НЕСКОЛЬКО ПРАВИЛЬНЫХ ОТВЕТОВ) 1. Что из перечисленного относится к целям деятельности федерального антимонопольного органа: 1. Создание условий для развития конкуренции в сферах деятельности хозяйствующих субъектов, не относящихся к естественным монополиям. 2. Предотвращение и пресечение антиконкурентного вмешательства органов государственной власти и местного самоуправления в функционирование рынков, снижение коррупционных рисков при размещении государственного и муниципального заказа. 3. Обеспечение равного доступа потребителей к товарам, работам, услугам, реализуемым субъектами естественных монополий, и развитие конкуренции в потенциально конкурентных видах деятельности субъектов естественных монополий. Ответ: 1, 2, 3 2. Решения и предписания антимонопольного органа: 1. Носят рекомендательный характер 2. Обязательны к исполнению 3. Подлежат принудительному исполнению 4. Нуждаются в подтверждении суда Ответ: 2, 3 3. К добросовестным методам конкуренции относятся: 1. Экономический шпионаж 2. До- и послепродажное обслуживание 3. Сокрытие дефектов 4. Махинации с отчётностью 5. Снижение цен 6. Фальсификация продукции 7. Повышение качества продукции Ответ: 2, 5, 7

Критерии оценивания

«Отлично» - более 90% правильных ответов
«Хорошо» - 80-89% правильных ответов
«Удовлетворительно» - 70-79% правильных ответов
«Неудовлетворительно» - менее 70 % правильных ответов

Типовые ситуационные задачи и чек-листы по дисциплине Б1.В.ДВ.03.01 Конкуренция на фармацевтическом рынке

Ситуационная задача №1

	Код	**Текст компетенции / названия трудовой функции / названия трудового действия / текст**
С	33.05.01	Фармация
К	УК- 1	Способен осуществлять критический анализ проблемных

		ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Ф	ПК- 2	Способен осуществлять отпуск и реализацию лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента через фармацевтические и медицинские организации
Ф	А/01.7	Оптовая, розничная торговля, отпуск лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента
И		**ОЗНАКОМЬТЕСЬ С СИТУАЦИЕЙ И ДАЙТЕ РАЗВЕРНУТЫЕ ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ**
У		В одном из «спальных» районов города Н работают 2 аптеки. Одна- с традиционным ассортиментом товаров, а вторая имеет расширенный ассортимент товаров для детей и будущих мам, осуществляя к тому же выполнение заказов через сайт.
		Вопросы к задаче
В	1	Дайте определение конкуренции
В	2	Являются ли описанные аптеки прямыми конкурентами?
В	3	Какие нормативные документы определяют конкуренцию?
В	4	Какие виды конкуренции существуют на рынке?
В	5	Необходимые условия для существования прямой конкуренции.

Чек-лист к ситуационной задаче № 1

Вид	**Код**	**Текст компетенции / названия трудовой функции / названия трудового действия / текст**
С	33.08.02	Управление и экономика фармации
К	УК- 1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
Ф	ПК- 2	Способен осуществлять отпуск и реализацию лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента через фармацевтические и медицинские организации
Ф	А/01.7	Оптовая, розничная торговля, отпуск лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента
И		**ОЗНАКОМЬТЕСЬ С СИТУАЦИЕЙ И ДАЙТЕ РАЗВЕРНУТЫЕ ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ**
У		В одном из «спальных» районов города Н работают 2 аптеки. Одна- с традиционным ассортиментом товаров, а вторая имеет расширенный ассортимент товаров для детей и будущих мам, осуществляя к тому же выполнение заказов через сайт.
		Вопрос к задаче:
В	1	Дайте определение конкуренции

Э		Конкуренция – это соперничество за лучшие условия существования на рынке между его участниками.
Р2	отлично	Ответ полный, на дополнительные вопросы отвечает
Р1	Хорошо/удовлетворительно	Для оценки «хорошо»: Ответ полный, на дополнительные вопросы не отвечает Для оценки «удовлетворительно»: Ответ неполный, на дополнительные вопросы не отвечает
Р0	неудовлетворительно	Ответ неправильный или отсутствует
		Вопрос к задаче:
В	2	Являются ли описанные аптеки прямыми конкурентами?
Э	-	Описанные аптеки не являются прямыми конкурентами, т.к. их целевые группы разные: аптеку Х в спальном районе будут выбирать преимущественно жители пожилого возраста, а аптеку У – молодые мамы с детьми и беременные женщины в связи с имеющимися ассортиментными предложениями в данной аптеке. Услуги предзаказа на сайте этой аптеки восприняты в большей степени жителями более молодого возраста.
Р2	отлично	Ответ полный, на дополнительные вопросы отвечает
Р1	хорошо/удовлетворительно	Для оценки «хорошо»: Ответ полный, на дополнительные вопросы не отвечает Для оценки «удовлетворительно»: Ответ неполный, на дополнительные вопросы не отвечает
Р0	неудовлетворительно	Ответ неправильный или отсутствует
		Вопрос к задаче:
В	3	Какие нормативные документы определяют конкуренцию?
Э		До 22 марта 1991 года в России не было антимонопольного закона. Основой российского антимонопольного законодательства является Федеральный закон от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции».
Р2	отлично	
Р1	хорошо/удовлетворительно	Для оценки «хорошо»: Ответ полный, на дополнительные вопросы не отвечает Для оценки «удовлетворительно»: Ответ неполный, на дополнительные вопросы не отвечает
Р0	неудовлетворительно	Ответ неправильный или отсутствует
		Вопрос к задаче:
В	4	Какие виды конкуренции существуют на рынке?

Э		**Существуют следующие виды конкуренции:** *по характеру поведения продавца*:если считает ситуацию на рынке зависящей только от собственного поведения и реакции на него покупателей - монополия; если не может предсказать реакцию конкурентов и берет рыночную цену как данную - *совершенная полиполия*; если не может предсказать реакцию конкурентов и выбирает цену, так как его продукция дифференцирована, но не затрагивает существенно своих конкурентов - *монополистическая конкуренция*; если должен учитывать реакцию своих конкурентов - *олигополия*. *по степени дифференциации товара*: однородная, гомогенная конкуренция (без дифференциации товара); разнородная, гетерогенная конкуренция (с дифференциацией товара). *по степени свободного проникновения в отрасль*: открытая конкуренция - без барьеров вхождения в отрасль; закрытая конкуренция - с барьерами вхождения в отрасль. *по различиям применяемых действий*: конкуренция, осуществляемая изменением цен (ценовая); конкуренция, осуществляемая изменением товара (товарная). В пределах внутриотраслевой конкуренции могут быть рассмотрены видовая и предметная конкуренция: - *видовая конкуренция* - следствие того, что имеются товары, предназначенные для удовлетворения одной и той же потребности, отличаются друг от друга своими свойствами или существенно важными параметрами, которые влияют на степень такого удовлетворения; - *предметная конкуренция* возникает в случае, если фирмы выпускают идентичные товары, различающиеся лишь незначительно. *Функциональная конкуренция* основывается на том факте, что совершенно разные товары, производимые предприятиями разных отраслей, могут выполнять для потребителя одинаковые функции и выступать в качестве взаимозаменяемых товаров.
Р2	отлично	Ответ полный, на дополнительные вопросы отвечает
Р1	хорошо/удовлетворительно	Для оценки «хорошо»: Ответ полный, на дополнительные вопросы не отвечает Для оценки «удовлетворительно»: Ответ неполный, на

		дополнительные вопросы не отвечает
Р0	неудовлетворительно	Ответ неправильный или отсутствует
		Вопрос к задаче:
В	5	Необходимые условия для существования прямой конкуренции.
Э		Для существования прямой конкуренции необходимы следующие условия: - один и тот же рынок сбыта; - одни и те же услуги; - близкие цены. Покупатель выбирает более низкую цену.
Р2	отлично	Ответ полный, на дополнительные вопросы отвечает
Р1	хорошо/удовлетворительно	Для оценки «хорошо»: Ответ полный, на дополнительные вопросы не отвечает Для оценки «удовлетворительно»: Ответ неполный, на дополнительные вопросы не отвечает
Р0	неудовлетворительно	Ответ неправильный или отсутствует
О	Итоговая оценка	

4. Содержание оценочных средств промежуточной аттестации

Вопросы для собеседования

	Код	**Текст компетенции / названия трудовой функции / названия трудового действия / текст**
С	33.05.01	Фармация
К	УК- 1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
К	ПК- 2	Способен осуществлять отпуск и реализацию лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента через фармацевтические и медицинские организации
Ф	А/01.7	Оптовая, розничная торговля, отпуск лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента
И		**ДАЙТЕ ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ** 1.Конкуренция на фармацевтическом рынке: антимонопольное законодательство, виды конкуренции, применение их в мировой практики, развитие конкуренции на фармацевтическом рынке РФ. 2. Конкурентоспособность: понятие, конкурентоспособность ассортиментных групп и отдельных товаров и предприятия в целом, конкурентные преимущества 3. Конкурентная разведка, изучение и проверка компании, изучение и проверка физических лиц, инновационная и технологическая разведка, интернет-разведка. 4. Подготовка к ведению переговоров.

		5. Разработка конкурентных стратегий: виды, выбор альтернатив, разработка плана тактических мероприятий, порядок осуществления. Инновационные стратегии

5. Критерии оценивания результатов обучения

«Зачтено» выставляется обучающемуся, если он показал достаточно прочные знания основных положений учебной дисциплины, умение самостоятельно решать конкретные практические задачи, предусмотренные рабочей программой, ориентироваться в рекомендованной справочной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты.

«Не зачтено» выставляется обучающемуся, если при ответе выявились существенные пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины.