

ტიპობრივი ტესტები ფარმაციის საბაკალავრო პროგრამის სტუდენტებისთვის
ფარმაციის მენეჯმენტსა და მარკეტინგში

რომელ ფუნქციას მოიცავს მართვის პროცესი?

- ა. დაგეგმვა, ორგანიზება, მოტივაცია, კონტროლი
- ბ. მოლაპარაკების ორგანიზება;
- გ. შეთანხმების ორგანიზება;

წარმატებული მართვის აუცილებელი პირობების ჩამონათვალში რომელია არასწორი:

- ა. არსებობა;
- ბ. ამბიციურობა;
- გ. შედეგიანობა და ეფექტურობა;

იერარქიული საფეხურების ზრდასთან ერთად ტექნიკური უნარების მოთხოვნილება:

- ა) იკლებს; ბ) იმატებს; გ) იგივე რჩება

საშუალო რგოლის მენეჯერები პასუხისმგებელნი არ არიან:

- ა. ხელმძღვანელების მიერ შემუშავებული საერთო სტრატეგიის განხორციელებაზე
- ბ. ორიენტირებულნი არიან უფრო მოკლევადიან პერსპექტივებზე.
- გ. ორიენტირებულნი არიან უფრო გრძელვადიან პერსპექტივებზე

რა ფუნქციები აქვს მარკეტინგს?

- ა. მიზნის ფორმირება, ორგანიზაცია, კოორდინება, აღრიცხვა, კონტროლი
- ბ. წარმოების მართვის სტრუქტურების ჩამოყალიბება
- გ. წარმოების მოცულობის მხოლოდ გაფართოება

ფარმაცევტული მარკეტინგის ამოცანები:

- ა. წარმოება-გასაღების სფეროს სტრუქტურული მართვის სისტემის და საბაზო კონცეფციის ფორმირება
- ბ. ფასიან ქარაღებზე მოთხოვნილების ფორმირება
- გ. ფირმის სამკურნალო პრეპარატებზე ასორტიმენტული პოლიტიკის ფორმირება
წარმოების მართვის სტრუქტურული ჩამოყალიბება

მარკეტინგის სახეებია:

- ა. მოცულობითი, გეოგრაფიული, კომერციული
- ბ. შიდა, საექსპორტო, იმპორტული, სამეცნიერო-ტექნიკური, პირდაპირი ინვესტიციების
- გ. ტექნოლოგიური, ხარისხობრივი, საერთაშორისო, გარე, საექსპორტო

როგორ გესმით ბაზარი?

- ა. გაცვლის სფერო, რომელიც ხასიათდება გამყიდველისა და მყიდველის ურთიერთობით
- ბ. ადგილი, სადაც ხდება საქონელმფლობელთა მიერ საქონლის ორგანიზაციული გაცვლა
- გ. მარკეტინგული პროცესის ჩამოყალიბება საქონლის ურთიერთქმედებისას