

**КОНСПЕКТ**  
**ЗА ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ**  
**за придобиване на образователно-квалификационна степен**  
**“магистър” по фармацевтичен мениджмънт**  
**2015-2017**

**Теоретични основи и приложни аспекти на икономиката на фармацевтичния сектор**

1. Фармацевтичната икономика и нейната взаимовръзка с икономиката и здравната икономика.
2. Основни понятия и модели на икономиката и фармацевтичната икономика: оскъдност, избор, теорията за полезността, принципът на пределните (маргинални) величини.
3. Понятия за ефективност, разпределителна (Парето) ефективност, критерият на Калдор-Хикс. Специфика на фармацевтичните продукти.
4. Как работят фармацевтичните пазари. Икономическата теория на цените: търсене и предлагане, пазарно равновесие; еластичност.
5. Конкуренцията и фармацевтичните пазари; пазарна концентрация; бариери във фармацевтичната промишленост – патенти, лоялност към бранда.
6. Анализ на разходите, свързани с лекарствената терапия. Видове разходи, калкулиране и дисконтиране на разходите.
7. Методи на фармакоикономически анализ: анализи разход-минимизация и разход-ефективност.
8. Методи на фармакоикономически анализ: анализи разход-полезност и разход-полза.
9. Частни и публични роли и провали на фармацевтичните пазари. Пазарни провали: несигурност, асиметрична информация, екстерналии, публични блага, бариери за влизане, икономии от мащаба и тенденция към монопол. Проблеми на държавната фармацевтична политика.
10. Фармакоикономика и фармацевтичната индустрия: как фармацевтичните производители определят цените на новите продукти.

**Основи на правното регулиране на фармацевтичния сектор**

11. Договор. Понятие. Сключване на договора. Видове договори.
12. Изпълнение на договорите.
13. Неизпълнение на договорите. Разваляне на договора.
14. Обекти на патентното право. Изобретения. Полезни модели.
15. Търговско представителство. Понятие и видове търговско представителство.
16. Търговски дружества. Общи положения.
17. Търговски сделки. Общи положения.
18. Клинични изпитвания на лекарства.
19. Правна уредба на търговията на едро и дребно с лекарствени продукти.
20. Изисквания към опаковките, листовките и рекламата на лекарствените продукти. Класификация на лекарствените продукти.

## **Счетоводство и финансов мениджмънт**

21. Предмет и метод на счетоводството. Класификация на активите, капитала и пасивите.
22. Счетоводен баланс - същност, строеж и форми. Видове баланси. Съдържание и структура на счетоводния баланс. Модели балансови изменения
23. Текущо счетоводно отчитане – хронологични и систематични записвания. Синтетично и аналитично отчитане. Оборотна ведомост. Връзка между счетоводния баланс и счетоводните сметки
24. Ролята на финансовия мениджмънт в здравния сектор. Анализ на финансовото състояние. Показатели и източници за анализ на дейността и финансовото състояние.
25. Теоретични основи, същност и класификация на държавните приходи. Източници, методи и форми за набиране на финансови средства за държавата.
26. Обща теория на данъка – произход, същност и елементи на данъка. Начини за облагане с данъци. Принципи на данъчното облагане. Видове данъци.
27. Данъчна система на РБългария. Организация на корпоративното подоходно облагане. Организация на облагането с косвени данъци. Предимства и недостатъци на косвените данъци.

## **Управление на човешките ресурси**

28. Същност, съдържание и теоретични модели на дейността „Управление на човешките ресурси”.
29. Влияние на външната и вътрешната среда върху управлението на човешките ресурси.
30. Длъжностна характеристика. Анализ и проектиране на длъжностите.
31. Набиране на персонал.
32. Подбор на персонала.
33. Адаптация на новите служители.
34. Мотивация на човешките ресурси.
35. Оценяване на човешките ресурси.
36. Обучение на човешките ресурси.
37. Управление на професионалната кариера.

## **Маркетинг, маркетингови анализи и стратегии във фармацевтичния сектор.**

### **Дистрибуционна политика на лекарствени продукти.**

38. Същност на маркетинга. Основни маркетингови концепции. Маркетингов микс. Специфика във фармацевтичния сектор.
39. Характеристика на маркетинговата среда и пазара на фармацевтични продукти. Потребителско поведение.
40. Сегментиране, избор на целеви сегменти и позициониране на пазара на фармацевтични продукти.
41. Маркетингова концепция за продукта. Цена и ценови стратегии.
42. Маркетингови комуникации. Промоция и промоционен микс.

43. Маркетингова информационна система. Маркетингови проучвания.
44. Анализ на пазара, потребителите и пазарния дял. Анализ и прогнозиране на продажбите.
45. Анализи по елементи на маркетинговия микс.
46. Маркетингови цели и маркетингови стратегии. Иновационни решения.
47. Маркетингов план.
48. Дистрибуцията като елемент от маркетинговия микс. Канали за реализация. Посредници.
49. Дистрибуционни анализи.
50. Маркетингови решения по каналите за реализация. Дистрибуционна политика.
51. Логистични решения.

### **Стратегическо управление и бизнес планиране**

52. Стратегическо планиране и стратегическо управление. Същност. Видове стратегически анализи.
53. Модели за анализ на външната и вътрешната среда на организациите.
54. Избор и внедряване на стратегия.
55. Иновации и иновационни стратегии. Връзка между науката и бизнеса – Транслационни решения.
56. Организационни аспекти на клиничните проучвания на лекарствени средства.
57. Бизнес планирането в процеса на управление. Предназначение, продукти и основни принципи.
58. Видове бизнес планиране и бизнес планове.
59. Структура и съдържание на бизнес плана.
60. Стратегически и функционални раздели на бизнес плана.

### **Управление на качеството**

61. Същност на качеството и неговото управление във фармацевтичния сектор.
62. Принципи и основни компоненти на СУК във фармацевтичните организации.
63. Концепция за добри практики във фармацевтичния сектор.
64. Концепция за управление на тоталното качество. Модели за управление на тоталното качество.

