



Менеджмент и маркетинг в современном здравоохранении.01

- 1 Под ... необходимо понимать деятельность, направленную на получение полной информации о потребностях населения в различных видах медико-социальной помощи, обеспечивающей сохранение общественного здоровья
- 2 В широком понимании маркетинг ... представляет собой систему принципов, методов и мер, базирующихся на коллективном изучении спроса потребителей и целенаправленном формировании предложений медицинских товаров и услуг производителем
- 3 Маркетинг ... проводится с целью привлечения отдыхающих и желающих получить курс лечения в санаторно-курортных и лечебных учреждениях в конкретных климато-географических зонах, городах, регионах страны
- 4 Пропаганда здорового образа жизни, кампании по борьбе с курением, наркоманией, кампании, касающиеся проблем планирования семьи и т.д., относятся к маркетингу ...
- 5 ... – это анализ, планирование, претворение в жизнь и контроль за проведением мероприятий, рассчитанных на установление, укрепление и поддержание выгодных обменов с целевыми покупателями ради решения определенных задач организации: получение прибыли, рост объема сбыта, увеличение доли рынка
- 6 ... по маркетингу – это специалист, занимающийся созданием и расширением спроса, проблемами его изменения и сокращения, изыскивающий столько клиентов, сколько нужно для реализации всего объема услуг или продукции, производимой организацией в данный момент
- 7 ... как один из основных подходов к организации маркетинговой деятельности используется, когда спрос на товары превышает предложение и себестоимость товаров очень высока
- 8 ... как один из основных подходов к организации маркетинговой деятельности означает, что организация предпринимает все для увеличения сбыта своих товаров, повышая уровень их реализации
- 9 Неверно, что реализация целей маркетинговых исследований может осуществляться ... методом





- 10) Определение видов источников информации и путей ее рационального сбора является ... этапом маркетинговых исследований
- 11) Бухгалтерские отчеты, материалы ранее проведенных исследований относятся к ... источникам вторичной информации
- 12) ... источниками вторичной информации являются публикации рекламных агентств, материалы институтов изучения рынка, отраслевая статистика и т.д.
- 13) ... – это самая распространенная форма сбора данных в маркетинге, которую используют приблизительно 90 % исследователей
- 14) Основное достоинство ... – возможность увидеть причину и следствие при маркетинговом исследовании
- 15) ... – это тип исследования, при котором в контролируемых условиях изменяется один или несколько факторов, а остальные остаются неизменными
- 16) ... этапом маркетинговых исследований является анализ собранной информации
- 17) Необходимое число всех врачей в год рассчитывают по формуле $Pa = \sum A \times H \times D$, где A – это ...
- 18) Нагрузка на врача поликлиники в час (T) определяется по формуле $T = 60 / \sum x \times B \times Dn$, где B – это ...
- 19) Количество больных, фактически обслуживаемых одним врачом за год, определяется по формуле $\Phi = T \times P$, где T – это ...
- 20) Маркетинговая ... – это совокупность активных субъектов и сил, действующих за пределами организаций и влияющих на возможность руководства службы маркетинга устанавливать и поддерживать с клиентами отношения успешного сотрудничества
- 21) Неверно, что для рынка медицинских услуг характерна ...
- 22) Пациент в здравоохранении является ... товаров (услуг) для удовлетворения своих нужд
- 23) ... – это количество медицинских услуг, которые желают и могут приобрести пациенты за определенный период по определенной цене
- 24) Задачи маркетинга при ... спросе – отыскать способы увязки присущих товару или услуге выгод с естественными потребностями и интересами человека





- 25) Задачи маркетинга при ... спросе – убедить приверженцев чего-либо отказаться от своих привычек, распространяя устрашающие сведения, резко поднимая цены, ограничивая доступность товара или услуги
- 26) ... – это количество медицинских услуг, которое медицинские работники могут оказать населению в определенный период времени
- 27) На втором этапе расчета цены в маркетинге происходит ...
- 28) ... цена устанавливается произвольно производителем (при стратегии высоких цен)
- 29) ... сегмента рынка показывает, насколько реально ту или иную группу пациентов можно рассматривать как сегмент рынка, насколько она устойчива по основным определяющим признакам
- 30) Комплекс маркетинга включает 4 категории, известных как 4P маркетинга, куда входит ...
- 31) Неверно, что для уменьшения изменчивости услуг и обеспечения контроля качества необходимо ...
- 32) Неверно, что неспособность медицинской услуги к хранению требует ...
- 33) Товар (услуга) становится хорошо известен на рынке на стадии ..., поэтому задача учреждения – задержаться на этой стадии как можно дольше: увеличить маркетинговые затраты на рекламу, повысить качество, улучшить обслуживание, снизить цены
- 34) Метод ценообразования, ..., основан на установлении низкой цены для получения определенной доли рынка для достижения такой главной цели, как снижение себестоимости единицы продукции при значительном объеме выпуска
- 35) Метод ... часто используется на рынке сырья
- 36) Продажа товара, услуг в нескольких торговых точках (компьютерная томография в диагностическом центре и клиниках города) – это ... сбыт
- 37) Эффективность использования прямого канала товародвижения заключается в том, что ...
- 38) Характерная черта использования косвенного канала товародвижения заключается в том, что ...





- 39) Стратегия ... побуждает каналы сбыта и предполагает активное предложение товара потребителям
- 40) ... понимал стратегию как «определение основных долгосрочных целей и задач предприятия и утверждение курса действий и распределение ресурсов, необходимых для этих целей»
- 41) Неверно, что стратегическое планирование ...
- 42) ... осуществляется посредством комплексного, системного, беспристрастного и регулярного исследования маркетинговой среды, задач, стратегий и оперативной деятельности учреждения
- 43) При оценке конкурентоспособности на стадии стратегического маркетинга приоритет должен отдаваться ... подходу, прогнозированию будущих состояний
- 44) На стадии ... маркетинга выполняются работы по материализации и реализации нормативов конкурентоспособности
- 45) ... – это процесс выявления лучших конкурентоспособных организаций (в т. ч. медицинских) с оценкой их продукции и методов производства
- 46) При определении конкурентных преимуществ самым невесомым качеством для врача будет являться его ...
- 47) Если качество конкурентоспособности персонала проявляется часто, то при оценивании уровня конкурентоспособности выставляется ... по пятибалльной шкале
- 48) реальность
- 49) Значимость менеджмента особенно ясно была осознана в ... XX столетия, когда эта деятельность превратилась в профессию, в область знаний, в самостоятельную дисциплину, а социальный слой – в весьма влиятельную общественную силу
- 50) К ... звену руководителей здравоохранения можно отнести начальника медицинской службы в крупных больницах, главную медсестру, декана в медицинском высшем учебном заведении и т.д.
- 51) На ... уровне руководитель медицинского учреждения разрабатывает перспективные планы, формулирует цели, занимается адаптацией к различным переменам и организацией связей с внешней средой
- 52) По В. М. Чернышеву и А. Ю. Гендлину, по-настоящему прямым методом воздействия на людей является лишь ... метод





- 53) Согласно классификации руководителей Минцберга, руководителя медицинского учреждения, который участвует в заседаниях с обсуждением стратегии, обозревает ситуации, включающие инициирование или разработку проектов совершенствования деятельности, следует называть ...
- 54) По А. Эдайзису, интегратор как тип руководителя ...
- 55) Координатор в коллективе ...
- 56) Процесс ... является центральным в предпринимательской деятельности
- 57) По мнению ..., руководитель должен выполнять функции предвидения и планирования, организации, распоряжения, координации и контроля
- 58) ... выделяет пять основных разделов инструктажа: «подготовка», «разъяснение», «упрощение», «оживление», «быть самим собой»
- 59) При ... стиле руководства лидер побуждает сотрудников активно участвовать в принятии решений, каждого лично контролирует и побуждает к активным действиям

