

**КОНСПЕКТ ЗА ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ ПО
ФАРМАЦЕВТИЧЕН МЕНИДЖМЪНТ
ЗА СПЕЦИАЛНОСТ „ФАРМАЦЕВТИЧЕН БИЗНЕС МЕНИДЖМЪНТ“
2026 г.**

ЧАСТ I

Фармацевтичният мениджмънт, Управление на човешките ресурси, Бизнес етика и комуникации, Фармацевтичен маркетинг

1. Мениджмънт – същност, роля и значение. Еволюция на управленската теория. Основни школи, концепции и съвременни подходи в мениджмънта.
2. Здравен мениджмънт – същност, особености и предизвикателства. Системен подход към управлението на здравните организации.
3. Фармацевтичен мениджмънт – същност и специфични характеристики. Вътрешна и външна среда на фармацевтичните организации. Основни методи за анализ на управленската среда.
4. Организационни структури и механизми за управление във фармацевтичните организации. Видове организационни структури, предимства и ограничения.
5. Равнища на управление. Стратегически, тактически и оперативен мениджмънт. Стратегическо планиране и управление във фармацевтичния сектор.
6. Мениджърът във фармацевтичния бизнес – професионални компетентности, управленски роли и умения. Лидерство и съвременни предизвикателства пред фармацевтичния мениджър.
7. Основни управленски функции – планиране, организиране, ръководство и контрол. Приложение във фармацевтичните организации.
8. Управленски решения във фармацевтичните организации – същност, видове, етапи и методи за вземане на решения. Управление на риска и оценка на управленските резултати.
9. Управление на човешките ресурси във фармацевтичните организации – същност, цели и функции. Планиране, подбор, адаптация, обучение и развитие на персонала.
10. Мотивация и лидерство в управлението на персонала. Основни мотивационни теории и подходи. Оценка на трудовото представяне и управление на ефективността.
11. Екипи и екипна работа във фармацевтичните организации. Формиране и развитие на екипите. Групова динамика, екипни роли и управление на конфликти.
12. Бизнес етика – същност, принципи и значение. Етични аспекти на управленските решения. Корпоративна социална отговорност и етични предизвикателства във фармацевтичния сектор.
13. Комуникация в управленския процес – същност, видове и функции. Вербална и невербална комуникация. Комуникационни бариери и стратегии за ефективно общуване.
14. Комуникативни умения в професионалната и управленската практика. Активно слушане, асертивна комуникация, обратна връзка, преговори и презентационни умения.

15. Дигитална комуникация и етика във фармацевтичния сектор. Особености на комуникацията във виртуална и присъствена среда. Професионално поведение, защита на информацията и дигитална репутация.
16. Фармацевтичен маркетинг – същност, особености, роля и значение за фармацевтичния сектор. Маркетингов процес.
17. Маркетингова концепция и маркетингов микс във фармацевтичния сектор. Специфични особености на фармацевтичния пазар.
18. Маркетингова среда и маркетингови проучвания във фармацевтичния сектор. Анализ на маркетинговата среда и информационно осигуряване на маркетинговите решения.
19. Сегментиране на фармацевтичния пазар, избор на целеви пазари и позициониране на фармацевтични продукти. Маркетингови стратегии.
20. Продуктова политика във фармацевтичния сектор. Жизнен цикъл на продукта, търговска марка и брандинг на фармацевтичните продукти.
21. Дистрибуционна политика и управление на продажбите във фармацевтичния сектор. Канали за дистрибуция, специфики на фармацевтичната дистрибуция и стратегии за управление на продажбите.
22. Комуникационна политика във фармацевтичния сектор. Промоция, реклама, връзки с обществеността и дигитален маркетинг. Етични и регулаторни ограничения на маркетинговите комуникации.

ЧАСТ II

Икономика на здравния и фармацевтичния сектор, Финансов мениджмънт, Лекарствена политика, Правна уредба на фармацевтичната дейност

1. Икономиката като научна дисциплина – същност, предмет и основни раздели на икономическата теория. Основни икономически проблеми и форми на организация на икономиката.
2. Икономика на здравеопазването – възникване, развитие, предмет, методи и задачи. Основни икономически понятия и специфика на здравния сектор.
3. Пазарни отношения в здравеопазването и фармацевтичния сектор. Търсене и предлагане на лекарствени продукти, медицински изделия и здравни услуги. Пазарни дефекти и държавна регулация.
4. Системи и методи за заплащане на изпълнителите на медицински услуги. Основни характеристики, предимства и ограничения. Приложение в българската здравна система.
5. Ефективност в здравеопазването и фармацевтичния сектор. Същност, видове и показатели за оценка на икономическата ефективност. Ефективност при разпределението и използването на ограничените здравни ресурси.
6. Финансиране на здравеопазването – източници, модели и механизми. Здравно осигуряване и финансиране на здравната система в България.
7. Инвестиционни решения във фармацевтичния бизнес. Стойност на парите във времето. Основни методи за оценка на инвестиционни проекти. Риск и възвръщаемост.

8. Финансиране на инвестиционната дейност. Капиталова структура, източници и цена на капитала. Среднопретеглена цена на капитала и приложение при инвестиционните решения.
9. Управление на оборотния капитал във фармацевтичните организации. Текущи активи и краткосрочни задължения. Управление и оптимизиране на материалните запаси.
10. Лекарствената политика като основен компонент на здравната политика. Същност, цели, принципи и приоритети.
11. Национална лекарствена политика – концепция, основни направления и инструменти за реализация. Роля на институциите и заинтересованите страни.
12. Европейска лекарствена политика – основни принципи, институции и регулаторни механизми. Европейски подходи за осигуряване на качество, безопасност, ефикасност и достъпност на лекарствените продукти.
13. Ценообразуване и реимбурсиране на лекарствените продукти. Основни модели и механизми. Референтно ценообразуване и лекарствена политика в България.
14. Рационална лекарствена употреба и достъп до лекарствени продукти. Фактори, определящи лекарствената политика. Устойчивост на лекарствоснабдяването.
15. Фармакоикономически анализи и оценка на здравните технологии (ОЗТ) в лекарствената политика. Регулаторни и реимбурсни решения в България.
16. Закон за лекарствените продукти в хуманната медицина – цели, обхват, основни понятия и принципи. Компетентни регулаторни органи.
17. Правен режим на разрешаването за употреба и пускането на пазара на лекарствени продукти. Национални и европейски процедури.
18. Нормативни изисквания към производството, вноса, износа и търговията на едро с лекарствени продукти. Основни регулаторни принципи и добри практики.
19. Търговия на дребно с лекарствени продукти. Организация, структура и функциониране на аптечната мрежа. Нормативни изисквания и контрол.
20. Правен режим на аптеките и дрогериите. Условия и ред за откриване, функциониране и прекратяване на дейността. Професионални отговорности и нормативен контрол.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Атанасов, Н. Сборник с казуси по финансов мениджмънт в здравеопазването. ИЦ на МУ–Пловдив, 2020.
2. Атанасов, Н. Финансов мениджмънт в здравеопазването. ИЦ на МУ–Пловдив, 2017.
3. Бакова, Д. Дигитална етика в здравеопазването. FastPrintBooks, Пловдив, 2025.
4. Борисов, В. Стратегически здравен мениджмънт. Филвест, София, 2006.
5. Веков, Т. Стратегия и управление на маркетинга. БКИ, 2011.
6. Веков, Т., Гетов, И. Маркетинг на лекарствени продукти. Български кардиологичен институт, 2014.
7. Веков, Т. и кол. Икономика на здравеопазването. Стено, Плевен, 2020.

8. Веков, Т. Управление на икономиката на здравеопазването и здравните реформи. Български кардиологичен институт, София, 2012.
9. Веков, Т., Христов, Г., Джамбазов, С. Оценка на здравни технологии – бъдещето на здравната икономика. МУ–Плевен, 2014.
10. Георгиев, С. Лекарствена информация при аптекното обслужване. Теа Дизайн, София, 2012.
11. Гладилов, С., Делчева, Е. Икономика на здравеопазването. Princesps, София, 2009.
12. Гладилов, С., Янакиева, А., Воденичарова, А. Маркетинг в здравеопазването. Принцепс Маринови ООД, София, 2015.
13. Делчева, Е. Управление на здравното осигуряване. УИ „Стопанство“, София, 2006.
14. Димитрова, З., Гетов, И. Основи на аптекната практика и бизнес. УИ „Св. Климент Охридски“, София, 2009.
15. Димова, Н. Дистрибуционна политика. НБУ, София, 2011.
16. Златарева, А. Основи и тенденции на лекарствената политика в Европейския съюз. МУ–Варна, 2020.
17. Златарева, А. Реимбурсна лекарствена политика. Анализ на национални модели. Стено, Варна, 2014.
18. Кирилов, К. Маркетинг в здравеопазването. APCO, София, 2001.
19. Колев, Ж. Лекарствени политики в България – ефекти на референтно ценообразуване и пазарно навлизане на генерични продукти. Дисертационен труд, МУ–Варна, 2019.
20. Костадинова, Т., Рохова, М. Маркетинг в здравеопазването. МУ–Варна, 2016.
21. Котлър, Ф. Маркетинг 6.0. Локус, София, 2025.
22. Кръстева, Н. Фармацевтичен маркетинг. Авангард Прима, София, 2014.
23. Михайлова, А. Добра фармацевтична практика. FastPrintBooks, Пловдив, 2020.
24. Ненков, Д. Финансов мениджмънт. УИ „Стопанство“, София, 2009.
25. Петрова, Г. и кол. Фармакоикономика. VI преработено издание. Централна медицинска библиотека, МУ–София, 2025.
26. Петрова, Г., Стоименова, А. Управление на качеството във фармацията: Разпространение на лекарства. Diagnosis Press, София, 2012.
27. Савов, Ст. и кол. Икономикс. 2. изд. Тракия-М, 1998.
28. Станчева, А. Основи на управлението. Стено, Варна, 2000.
29. Стоянов, В. Теоретични и публични финанси. Галик, София, 2009.
30. Стоянова, Р. Особенности на трудовия пазар за медицински специалисти – лекари и медицински сестри. МУ–Пловдив, 2017.
31. Armstrong, G., Kotler, P. Principles of Marketing. 19th ed. Pearson, 2023.
32. Arrow, K. Uncertainty and the welfare economics of medical care. American Economic Review, 53(5), 941–973, 1963.

33. Dimova, A., Rohova, M., Koeva, S., Atanasova, E., Koeva-Dimitrova, L., Kostadinova, T., Spranger, A. Bulgaria: Health system review. *Health Systems in Transition*, 20(4), 2018.
34. Folland, S., Goodman, A. C., Stano, M., Danagouliau, S. *The Economics of Health and Health Care*. Routledge, 2024.
35. Gross, T., Notowidigdo, M. J. *Better Health Economics: An Introduction for Everyone*. University of Chicago Press, 2024.
36. Kotler, P., Keller, K. L. *Marketing Management*. 16th Global ed. Pearson, 2022.
37. Smith, M. *Pharmaceutical Marketing: Principles, Environment and Practice*. Routledge, 2022.
38. Stiglitz, J., Rosengard, J. K. *Economics of the Public Sector*. W. W. Norton, 2015.