

Reklamy produktów leczniczych kierowana dla przedstawicieli firm farmaceutycznych oraz do pracowników działów marketingu

Szanowni Państwo,

zapraszamy do udziału w szkoleniu na temat:

„Reklamy produktów leczniczych kierowana dla przedstawicieli firm farmaceutycznych oraz do pracowników działów marketingu ”,

które odbędzie się w **dniu 15 maja 2024 roku** w formie online.

Głównymi tematami poruszonym podczas tego szkolenia będą m.in:

1. Reklama leków - zagadnienia podstawowe
2. Reklama leków OTC
3. Reklama leków Rx
4. Reklama porównawcza
5. Nadzór nad reklamą oraz konsekwencje naruszenia przepisów dotyczących reklamy, w tym reklamy porównawczej
6. Spory konkurencyjne. Podejmowanie aktywności przeciwko konkurencji
7. Przepisy antykorupcyjne

Spotkanie w całości poprowadzą eksperci z kancelarii Dobrzański Bzymek-Wiśniewska Sroka-Maleta

Zapraszamy do udziału!!!

Agenda szkolenia:

- 10.00 - 11.30 Wykład
- 11.30 - 11.40 Przerwa
- 11.40 - 13.10 Wykład
- 13.10 - 13.40 Przerwa
- 13.40 - 15.00 Wykład
- 15.00 Zakończenie szkolenia



PROGRAM

1. Reklama leków - zagadnienia podstawowe:

- pojęcie i zakres reklamy,
- wyłączenia z pojęcia reklamy,
- podmioty upoważnione do prowadzenia reklamy,
- odbiorcy promocji,
- reklama a informacja,
- reklama przypominająca,
- reklama leku a zakaz reklamy apteki.

2. Reklama leków OTC:

- reklama kierowana do publicznej wiadomości,
- ograniczenia w reklamie produktów OTC,
- reklama pośrednia i „przemycana” – lokowanie produktu, reklama w internecie, współpraca z influencerami,
- przekazywanie próbek,
- najnowsze zmiany przepisów – ostrzeżenia.

3. Reklama leków Rx:

- wymagania dotyczące materiałów reklamowych,
- reklama produktów refundowanych,
- aktywności reklamowe:

- przekazywanie próbek,
- przekazywanie gadżetów,
- różnica pomiędzy spotkaniem promocyjnym a wizytą lekarską,
- wizyty lekarskie o charakterze promocyjnym i niepromocyjnym,
- sponsorowanie konferencji, zjazdów i kongresów naukowych dla osób upoważnionych do wystawiania recept oraz osób prowadzących obrót produktami leczniczymi,

- reklama off label.

4. Reklama porównawcza:

- reklama porównawcza - definicja,
- szczególne postacie reklamy porównawczej,
- dopuszczalność reklamy porównawczej,
- przykłady reklam porównawczych.

5. Nadzór nad reklamą oraz konsekwencje naruszenia przepisów dotyczących reklamy, w tym reklamy porównawczej.

- organy nadzorujące,
- uprawnienia organów,
- sankcje w związku z naruszeniem przepisów ustawy prawo farmaceutyczne.

6. Spory konkurencyjne. Podejmowanie aktywności przeciwko konkurencji.

7. Przepisy antykorupcyjne

- korupcja i łapownictwo – definicje,
- kluczowe obszary potencjalnego ryzyka w branży farmaceutycznej (prezenty, spotkania i przejawy gościnności, darowizny, płatności ułatwiające,
- programy lojalnościowe),
- konsekwencje naruszenia przepisów,
- mechanizmy antykorupcyjne:

- procedura wewnętrzna zakładająca zobowiązanie do prowadzenia aktywności marketingowych,
- mechanizm zgłaszania przez pracowników nieprawidłowości i zagrożeń korupcyjnych gwarantujący anonimową ścieżkę powiadomień,
- edukacja antykorupcyjna i budowanie kultury antykorupcyjnej.

8. Pytania, dyskusja.



Andrzej Siwiec **Radca prawny, Partner**

Specjalizuje się w prawie farmaceutycznym i medycznym oraz zagadnieniach prawa własności przemysłowej i prawa gospodarczego charakterystycznych dla rynku Life Sciences.

Od lat doradza firmom farmaceutycznym oraz podmiotom leczniczym.

Uczestniczy w pracach nad propozycjami zmian legislacyjnych z obszaru prawa farmaceutycznego i refundacji.

Doradza klientom w projektach dotyczących dopuszczania produktów leczniczych do obrotu, procesach refundacyjnych oraz w zakresie umów typowych dla rynku farmaceutycznego.

Zapewnia holistyczne wsparcie złożonych projektów interdyscyplinarnych, uwzględniając przepisy regulacyjne, refundacyjne, prawa własności przemysłowej oraz prawa konkurencji.

To takie przedsięwzięcia jak strategię wejścia na rynek europejski dla nowych leków (w tym leków sierocych), transakcje nabycia praw do leków obejmujące kilkanaście państw europejskich czy strategię wejścia na rynek leków generycznych niezwłocznie po wygaśnięciu ochrony patentowej leku oryginalnego.

Pomaga podmiotom leczniczym w prowadzeniu bieżącej działalności.

Rozwija także praktykę w zakresie spraw spornych z zakresu własności intelektualnej, zarówno patentowych jak i dotyczących znaków towarowych.

Autor publikacji z zakresu prawa medycznego i farmaceutycznego oraz prelegent na wydarzeniach z obszaru Life Sciences.

Posługuje się biegle językiem angielskim.

Związany z Kancelarią DBS od 2016 roku. Od 2023 roku pełni funkcję Partnera.

Absolwent Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz Centrum Praw Własności Intelektualnej im. H. Grocjusza. Ukończył aplikację radcowską prowadzoną przez Okręgową Izbę Radców Prawnych w Krakowie. W trakcie studiów działał w Sekcji Prawa Medycznego Studenckiej Poradni Prawnej. Karierę zawodową zaczynał w dziale prawnym jednego z największych polskich szpitali klinicznych.



Marta Sroka-Maleta **Radca prawny,** **Partner Współzarządzający**

Specjalizuje się w prawie farmaceutycznym oraz prawie własności intelektualnej.

Od ponad 15 lat wspiera podmioty z sektora farmaceutycznego w pełnym spektrum zagadnień prawnych związanych z ich działalnością.

Jest zapraszana do udziału w pracach nad propozycjami zmian legislacyjnych z obszaru prawa farmaceutycznego, refundacji oraz własności przemysłowej.

Wspiera klientów w takich kwestiach jak:

- strategię wprowadzania na rynek nowych leków oraz wdrażania nowych modeli biznesowych, w tym z zakresu wymogów regulacyjnych, zasad refundacji oraz praw własności intelektualnej;
- projekty z obszaru rozwoju biznesu, szczególnie w zakresie opracowywania i negocjowania umów typowych dla branży farmaceutycznej, takich jak umowy licencji, dostawy czy dystrybucji;
- dopuszczenie do obrotu produktów leczniczych, refundacja, import równoległy lub import interwencyjny;
- inspekcje organów nadzoru w hurtowniach lub wytwórniach;
- przygotowywanie wewnętrznych procedur dla podmiotów z branży farmaceutycznej;
- audyty compliance (zgodności działań z przepisami prawa oraz wewnętrznymi regulacjami); działalność podmiotów leczniczych.

Reprezentuje klientów w postępowaniach sądowych i administracyjnych, takich jak:

- postępowania sądowe dotyczące własności intelektualnej, w szczególności spory patentowe oraz o naruszenie praw ochronnych na znaki towarowe, a także z zakresu prawa konkurencji;
- postępowania administracyjne przed organami regulacyjnymi oraz organami nadzoru.

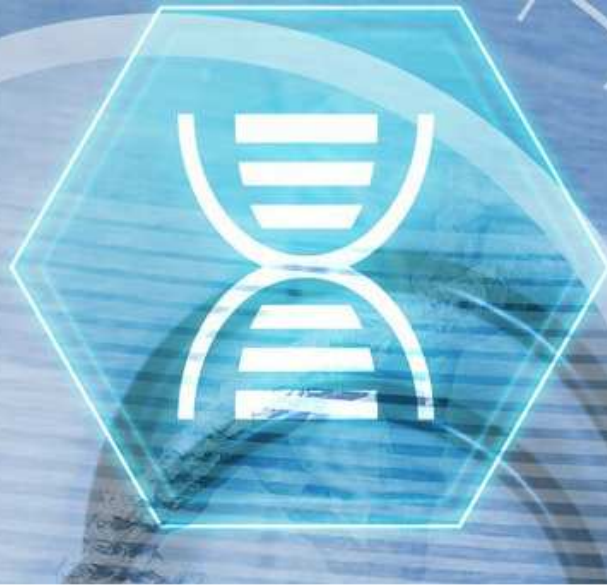
Prowadzi szkolenia z zakresu prawa farmaceutycznego oraz prawa własności przemysłowej dla przedstawicieli sektora farmaceutycznego.

Występuje jako prelegentka na wydarzeniach z obszaru Life Sciences.

Biegle posługuje się językiem angielskim, zna także język włoski.

Od 2012 r. jest współnikiem w Kancelarii Radców Prawnych Dobrzański, Bzymek-Waśniewska, Sroka-Maleta.

Ukończyła Wydział Prawa i Administracji Uniwersytetu Jagiellońskiego oraz aplikację sądową. Jest także absolwentką studiów podyplomowych z zakresu prawa konkurencji i prawa własności intelektualnej w Instytucie Prawa Własności Intelektualnej Uniwersytetu Jagiellońskiego.



Reklamy produktów leczniczych kierowana dla przedstawicieli firm farmaceutycznych oraz do pracowników działów marketingu

INFORMACJE ORGANIZACYJNE

Koszt uczestnictwa: płatne w PLN plus należny podatek od towarów i usług (23%)

Zgłoszenia przesłane do dnia 02.05.2024 r.

Zgłoszenia przesłane od dnia 02.05.2024 r.

1500 PLN + VAT

1700 PLN + VAT

DANE UCZESTNIKÓW (imię, nazwisko, adres email, stanowisko, telefon kontaktowy)

1.

2.

3.

DANE FIRMY / INSTYTUCJI

Nazwa:

Adres:

Kod pocztowy:

Miejscowość:

NIP:

Telefon:

Numer rachunku TrainingMed: mBank S.A. 47 1140 2004 0000 3102 8320 4160

1. W przypadku rezygnacji z udziału w terminie nie późniejszym niż 10 dni przed datą rozpoczęcia obciążymy Państwa opłatą administracyjną w wysokości 500 zł netto. W przypadku rezygnacji po tym terminie ponoszą Państwo pełne koszty uczestnictwa.
2. Gdy szkolenie nie odbędzie się z przyczyn niezależnych od organizatora, zostanie zaproponowany inny termin lub zwrot pełnej kwoty wpłaconej przez zgłaszającego.
3. TrainingMed zastrzega sobie prawo do odwołania oraz dokonywania ewentualnych zmian w programie szkolenia.
4. Podając w zgłoszeniu adres email wyrażamy zgodę na otrzymywanie od TrainingMed oferty szkoleniowej.
5. Osoba podpisująca formularz umowy-zgłoszenie w imieniu zgłaszającego oświadcza, że posiada stosowne uprawnienia do działania na rzecz Zgłaszającego w szczególności zawarcia niniejszej umowy

.....
Data i podpis zgłaszającego