

AGENDA

- 9.30 – 10.00 Rejestracja uczestników
10.00 – 11:30 **WYKŁAD**
11:30 – 11:45 Przerwa na kawę
11.45 – 13:15 **WYKŁAD**
13.15 -13.45 Przerwa na obiad
13.45 – 15.30 **WYKŁAD**
15.30 – Q&A oraz zakończenie szkolenia

Program

- **Wstęp - kim jest prowadzący i po co się spotkamy?**
- **Podstawowe fakty dot. reklamy produktów leczniczych - co to jest, do kogo może być kierowana, kto się tym zajmuje, gdzie szukać obowiązków, co mi grozi za ich nieprzestrzeżenie?**
- **Reklama a informacja - czy mój materiał jest reklamą?**
- **Law in books vs law in action- jak pojęcie reklamy interpretuje GIF, a jak sądy?**
- **Obiecujące wyjątki w Prawie farmaceutycznym:**
 - odpowiedzi na pytania lekarzy,
 - kampanie informacyjne,
 - informowanie o refundacji,
 - Patient Support Programs.
- **Zasady wspólne wszystkim rodzajom reklamy - o czym zawsze musimy pamiętać? Kluczowe zasady i case studies.**
 - "Wprowadzać klienta w błąd"
 - "Prezentować obiektywnie i informować o racjonalnym stosowaniu"
 - Oferowanie korzyści za nabycie produktu
 - Zgodność z ChPL
- **Specyfika reklamy porównawczej - jak się porównywać nie narażając się na ryzyko? Zasady i przykłady**
- **Reklama produktów leczniczych OTC - czyli co i jak mogę mówić do general public?**
 - Zasady ogólne.
 - Reklama telewizyjna.
 - Reklama radiowa.
 - Reklama wizualna - ulotki, banery, billboardy, plakaty.
 - Artykuły sponsorowane.
 - Sponsoring programów.
 - Różne formy aktywności internetowej.
 - Reklama w przestrzeniach związanych z działalnością leczniczą: apteki, przychodnie, szpitale, sklepy.
 - Case studies.

- **Reklama produktów leczniczych Rx - czyli co i jak mogę mówić do profesjonalistów?**
 - Zasady ogólne.
 - Reklama wizualna.
 - Sponsoring i organizacja kongresów.
 - Spotkania promocyjne.
 - Wizyty promocyjne.
 - Próbki.
 - Case studies.
- **Patient support programmes - jakie są nowoczesne formy komunikacji z odbiorcami?**
 - Czym jest PSP?
 - Rodzaje PSP.
 - Otoczenie regulacyjne PSP.
 - Obszary ryzyka przy PSP.
 - Sposoby obniżenia ryzyka.
- **Sankcje - skąd mogę się spodziewać zagrożenia?**
 - Sankcje karne - Prokuratura
 - Sankcje administracyjne - GIF
 - Prawo konkurencji – UOKiK
 - Nieuczciwe praktyki rynkowe i powództwa cywilne – Konkurencja
 - Soft law - Rada Reklamy/Sąd dyscyplinarny INFARMA

Q&A

KOSZT UDZIAŁU

Online – 1250 zł netto/os platforma Clickmeeting (działa przez przeglądarkę internetową, brak konieczności instalacji dodatkowych aplikacji)

PRELEGENT

Gniewomir Wycichowski - Kuchta

Legislator, Ukończył studia prawnicze na Uniwersytecie Warszawskim w ramach Międzywydziałowych Indywidualnych Studiów Humanistycznych i Społecznych, jest doktorantem w Szkole Doktorskiej Nauk Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego. Doświadczenie w sektorze produktów sensytywnych zdobywał w największym dziale **Life Sciences** wśród kancelarii prawnych w Polsce, gdzie specjalizował się w prawie reklamy. Autor publikacji naukowych, laureat VIII edycji programu „Diamentowy Grant”, kierownik grantu Preludium 19, wykładowca na WPIA UW. **Obecnie pracuje jako legislator.**

kontakt do organizatora

Ewelina Potocka

Project Manager

tel.22 252 10 86

kom:660 815 478