

С.Ж.АСФЕНДИЯРОВ
АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ
МЕДИЦИНА
УНИВЕРСИТЕТИ



КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
МЕДИЦИНСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.Д.
АСФЕНДИЯРОВА

СӨЖ:

**Дәрілік препараттарды жарнамалау.
Фармацевтикалық өндіруші
компаниялардың ақпараттық
(жарнамалық) қызметінің негізгі
бағыттары.**

Орындаған: Жолдасова С.

Қабылдаған: Елшибекова Қ.

Курс: 5

Жоспар

- Кіріспе

- Негізгі бөлім

- I. **НЕЛІКТЕН ҚАЗАҚСТАНДА ДӘРІЛІК
ЗАТТАРДЫ ЖАРНАМАЛАУҒА ТЫЙЫМ
САЛЫНУДА**

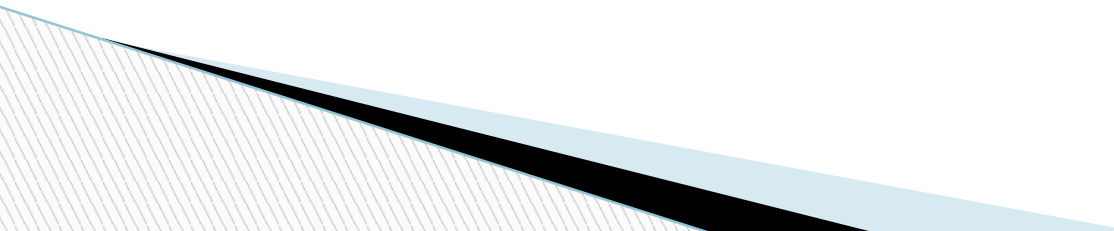
- II. **ДП шектеулер**

- **Қазақстан Республикасында дәрілік
заттардың жарнамасына рұқсаттар беру
ережесі.**

ДӘРІЛІК ЖАРНАМА

- Адамдардың беймәлім тобына арналған және жеке немесе заңды тұлғаларға, тауарларға, тауар белгілеріне, жұмыстарға, көрсетілетін қызметтерге қызығушылықты қалыптастыруға немесе қолдауға арналған және оларды өткізуге жәрдемдесетін кез келген нысанда, кез келген құралдардың көмегімен таратылатын және орналастырылатын ақпарат.

Дәрілік құралдар жарнамасы

- ▣ **Теле және радио реклама**
 - ▣ Ғаламтор
 - ▣ Кітап және журналдар
 - ▣ Брошуралар
 - ▣ Стендтер
- 

Дәрілер жарнамасы екі түрге бөлінеді:

- мамандарға арналған;
- халыққа арналған.

НЕЛІКТЕН ҚАЗАҚСТАНДА ДӘРІЛІК ЗАТТАРДЫ ЖАРНАМАЛАУҒА ТЫЙЫМ САЛЫНУДА

Фармацевтикалық компаниялар өз мақсатына жетудің түрлі әдіс-тәсілдерін қолға алады. Оған фармацевтикалық сауда өндірушілерінің жарнамалары мен демеушілер, қоғаммен байланыс орнату кіреді. Бұл амалдар, өз кезегінде, дәрігерлердің тағайындауына және халықтың дәрілерді қолдануына әсер етуі мүмкін. Компаниялар көптеген жағдайда өз тауарының сатылымын күшейту үшін, жарнаманы ең тиімді әдіс ретінде пайдаланады.

Осылайша, дәрілік заттарды өз бетінше қолдануға ықпал ету ағзаға зиян тигізуі мүмкін. Адамды жаңылыстыратын ақпараттардың үш түрі бар:

- жалған ақпарат беру (мысалы, нақты емес ақпарат, асыра айту, қос мағынада айту немесе ақпаратты шамадан тыс «жеңіл» қылып беру);
- қажет ақпараттың таратылуы;
- іске қатысы жоқ ақпарат арқылы оны бұрмалау.
- Әсіресе, медициналық қызметкер емес, қарапайым адамның өзі жарнамаға сеніп, дәрілерді қабылдағанда мәселе тіпті күрделі болмақ. Мысалы, оны қажет емес жағдайда, дұрыс қабылдамаған уақытта (мәселен, қате мөлшерлеме, немесе препаратты өзге пациентке тағайындаған сәтте және т.б.)

ҚР Заңнамасымен рұқсаттардан басқа жарнамалық ақпарат мазмұнына, оны айту тәсіліне қатысты бірқатар шектеулер көзделген:

- ҚР тіркелмеген дәрілік құралдар жарнамасы;
- Дәрігердің рецептісі бойынша жіберілетін дәрілік препараттардың үлгілерін жарнамалау мақсатында тарату.
- Балалар жарнамасында олардың суреттері мен дауыстарын пайдалану (балаларға арналған дәрілік құралдардың жарнамасынан басқа).
- Көпшілік көлікте, сондай-ақ дәрілік құралдарды жіберуге дәне пайдалануға, тағайындауға қатысы жоқ дәрілік құралдарды таратуға және орналастыруға.
- Плакаттар, стендтер, жарық таблосы, билбордтар, транспаранттар, афишалар және жарнаманы өзге стационарлық орналастыру объектілері түрінде ұсынылған дәрілік құралдар сыртқы (визуалды) жарнамасын орналастыру.
- Жарнамаға рұқсат және қызметтің тиісті түрін жүзеге асыруға лицензия болмағанда дәрілік құралдар жарнамасы.

Қазақстан Республикасында дәрілік заттардың жарнамасына рұқсаттар беру ережесін бекіту туралы

- Қазақстан Республикасы Денсаулық сақтау министрлігінің 2004 жылғы 18 тамыздағы N 640 бұйрығы. Қазақстан Республикасының Әділет министрлігінде 2004 жылғы 18 қыркүйекте тіркелді. Тіркеу N 3077. Күші жойылды - Қазақстан Республикасы Денсаулық сақтау министрінің 2009 жылғы 18 қарашадағы N 737 Бұйрығымен

Тармақтары

- ▣ *Қазақстан Республикасында дәрілік заттардың жарнамасына рұқсаттар беру ережесі*
- ▣ *Дәрілік заттардың жарнамасына қойылатын жалпы талаптар*
- ▣ *Мамандарға арналған жарнамаға қойылатын талаптар*
- ▣ *Дәрілік заттардың халық арасындағы жарнамасына қойылатын талаптар*
- ▣ *Дәрілік заттардың жарнамасына рұқсаттарды ресімдеу және беру*

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕКЛАМЕ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ (ПРЕПАРАТОВ)

Необходимые документы

Регистрационное
удостоверение

Инструкция по
применению,
утвержденная
Фармакологическим
комитетом

Лицензия на
осуществление
деятельности по
производству
лекарственных средств
(препаратов)

Декларация о
соответствии

Информация о форме
отпуска (при отсутствии
в инструкции)

Результаты
исследований (при
наличии ссылки)



Не менее
5 сек

Обязательно указывается письменное предупреждение:

**«Имеются противопоказания к применению.
Необходимо проконсультироваться со специалистом».**

Размер не менее 7 % площади кадра

Пайдаланылған әдебиеттер:

□ *Негізгі:*

□ 1. http://adilet.zan.kz/kaz/docs/V040003077_

□ 2.

http://egov.kz/wps/portal/Content?contentPath=/egovcontent/bus_int_property/mass_media/article/reclama_rk&lang=kk

□ 3. Лоскутова Е.Е. Управление и экономика фармации. Фармацевтическая деятельность. Организация и регулирование. – Москва: АСАСЕМІА, 2003. – 447 с.

□ 4. Парновский Б.Д., Прокопишин В.И., Гордиенко Л.П., Брумарел М.Д. Основы фармацевтической информации. – Кишинев: Штиинца, 1986. – 162 с.

□ .

□