



Reklama wyrobów medycznych kierowana do publicznej wiadomości i do profesjonalistów oraz inne wymagania dla reklamy WM. Nadzór nad prowadzeniem reklamy.

Szanowni Państwo,
Zapraszamy na szkolenie:

„Reklama wyrobów medycznych kierowana do publicznej wiadomości i do profesjonalistów oraz inne wymagania dla reklamy wyrobów medycznych, nadzór nad prowadzeniem reklamy”,
które odbędzie się w **dniu 23 października 2024 roku** w formule online.

Szkolenie w całości zostanie przeprowadzone przez **Panią Katarzynę Kroner** radczyni prawną specjalizującą się w prawie wyrobów medycznych, która wyrobami medycznymi zajmuje się od ponad 11 lat.

Głównymi tematami poruszanym podczas tego szkolenia będą m.in:

- Jak rozumieć pojęcie „reklama”?
- Reklama kierowana do publicznej wiadomości;
- Reklama wyrobów medycznych kierowana do profesjonalistów;
- Niezbędne elementy reklamy;
- Inne wymagania dla reklamy wyrobów medycznych;
- Nadzór nad prowadzeniem reklamy wyrobów medycznych i kary administracyjne.

Serdecznie zapraszamy do zapoznania się ze szczegółowym programem szkolenia

Zapraszamy do udziału!!!
Zespół TrainingMed

Agenda szkolenia:

10.00 - 12.00 Wykład
12.00 - 12.20 Przerwa
12.20 - 14.00 Wykład
14.00 Zakończenie szkolenia



PROGRAM

Moduł I. Wprowadzenie.

Moduł ten wprowadzi Państwa w ramy prawne dla wyrobów medycznych i ich reklamy.

Obejmie on w szczególności omówienie:

- przepisów regulujących wymagania dotyczące wyrobów medycznych i ich reklamy;
- najważniejszych pojęć prawa wyrobów medycznych;
- elementów dokumentacji wyrobu medycznego, które będą miały wpływ na przekazy reklamowe;
- podmiotów biorących udział w obrocie wyrobami medycznymi i ich podstawowych obowiązków.

Moduł II. Jak rozumieć pojęcie „reklama”?

Moduł ten dotyczył będzie nakreślenia najważniejszych kwestii, na które należy zwrócić uwagę przy czynności klasyfikowania danego przekazu jako reklamę.

Obejmie on w szczególności omówienie:

- definicji reklamy obowiązującej na gruncie ustaw, orzecznictwa sądowego oraz znaczenia potocznego;
- zagadnienia „celu przekazu” oraz „faktycznej możliwości zidentyfikowania wyrobu”, które są kluczowe przy oddzieleniu reklamy od innych komunikatów;
- przypadków, które nie stanowią reklamy w rozumieniu przepisów prawa;
- działań, na które w rozumieniu ustawy o wyrobach medycznych zostało rozszerzone stosowanie przepisów dotyczących reklamy wyrobów medycznych.

Moduł III. Reklama kierowana do publicznej wiadomości

Moduł ten ma na celu przekazanie szczegółowych informacji, dotyczących przekazu reklamowanego skierowanego do publicznej wiadomości.

Obejmie on w szczególności omówienie:

- cech przekazu reklamowego, który należy uznać za kierowany do publicznej wiadomości;
- konieczności sformułowania reklamy w sposób zrozumiały dla laika;
- zakazu wykorzystywania wizerunku osób wykonujących zawody medyczne;
- zakazu bezpośredniego wezwania dzieci do nabywania wyrobów medycznych;
- zakazu kierowania do publicznej wiadomości reklamy dotyczącej wyrobów przeznaczonych do używania przez użytkowników innych niż laicy.

Moduł IV. Reklama wyrobów medycznych kierowana do profesjonalistów

Moduł ten ma na celu przekazanie informacji, dotyczących szczegółowych wymagań, jakie zostały nałożone na „profesjonalistów”.

Obejmie on w szczególności omówienie:

- kogo należy uznać za adresata reklamy kierowanej do profesjonalistów,
- szczególnych form reklamy skierowanej wyłącznie do tej grupy odbiorców.



Moduł V. Niezbędne elementy reklamy

Moduł ten ma na celu przekazanie informacji, które określają minimalny zakres reklamy.

Obejmie on w szczególności omówienie:

- obligatoryjnych elementów, które zgodnie z przepisami prawa musi zawierać każda reklama wyrobu medycznego;
- elementów, które muszą się każdorazowo znaleźć w reklamach kierowanych do publicznej wiadomości;
- jakie są główne formy prowadzenia reklamy wyrobów medycznych;
- jak wyglądają treści poszczególnych ostrzeżeń w zależności od formy prowadzenia reklamy.

Moduł VI. Inne wymagania dla reklamy wyrobów medycznych

Moduł ten ma na celu przekazanie dodatkowych informacji, zarówno z ustawodawstwa krajowego, jak i unijnego, które również odnoszą się do reklamy wyrobów medycznych.

Obejmie on w szczególności omówienie:

- zagadnienie „zakazu wprowadzania w błąd”;
- podmiotów uprawnionych do prowadzenia reklamy;
- obowiązków, które zostały nałożone na podmioty gospodarcze prowadzące reklamę;
- ograniczeń związanych z prowadzeniem reklamy w podmiotach prowadzących działalność leczniczą oraz w aptekach.

Moduł VII. Nadzór nad prowadzeniem reklamy wyrobów medycznych i kary administracyjne

Moduł ten ma na celu przedstawienie zagadnień dotyczących nadzoru na prowadzeniem reklamy wyrobów medycznych oraz ewentualnych sankcji administracyjnych przewidzianych w przepisach.

Obejmie on w szczególności omówienie:

- kto sprawuje nadzór w zakresie reklamy;
- jakie są uprawnienia Prezesa Urzędu w przypadku stwierdzenia naruszeń w zakresie prowadzonej reklamy;
- jakie kary administracyjne są przewidziane za naruszenie przepisów dotyczących zasad prowadzenia reklamy wyrobów medycznych;
- jakie są możliwości obniżenia górnej granicy nałożonej kary administracyjnej;
- jaka jest podstawa do odstąpienia od wymierzenia kary administracyjnej.



Katarzyna Kroner

Jest radcą prawnym specjalizującym się w prawie wyrobów medycznych. Wyrobami medycznymi zajmuję się od ponad 11 lat.

Ukończyła studia podyplomowe „Prawo medyczne i bioetyka” na Uniwersytecie Jagiellońskim.

Prowadzi kancelarię w Krakowie.

Pisze prawniczego bloga dotyczącego wyrobów medycznych <http://wyrobymedyczneokiemtemidy.pl/>.

Prowadzi postępowania przed Prezesem Urzędu Rejestracji Produktów Leczniczych, Wyrobów Medycznych i Produktów Biobójczych, przed sądami administracyjnymi oraz organami celnymi i skarbowymi.

Regularnie prowadzi specjalistyczne webinaria, szkolenia i wykłady dotyczące tematyki branżowej, zarówno dla firm, jak i instytucji publicznych w tym dla wojska i największych polskich szpitali.



Reklama wyrobów medycznych kierowana do publicznej wiadomości i do profesjonalistów oraz inne wymagania dla reklamy WM. Nadzór nad prowadzeniem reklamy.

INFORMACJE ORGANIZACYJNE

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

Zgłoszenia przesłane do dnia 10.10.2024 r.
1450 PLN + VAT

Zgłoszenia przesłane od dnia 10.10.2024 r.
1600 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