

Uczestnicy i uczestniczki: \_\_\_\_\_

**Cel:** zapoznanie się z warunkami reklamy leków

**Zadania:**

1. Wybierzcie role. Razem zdecydujcie, kto będzie liderem grupy, kto będzie pilnował czasu, kto będzie notował, kto będzie prezentował.
2. Zapoznajcie się z artykułami Ustawy Prawo Farmaceutyczne.
3. Odpowiedzcie na pytania.
4. Sprawdźcie, czy wszyscy potraficie wyjaśnić warunki reklamy leków.
5. Wypełnijcie tabele samooceny pracy grupy.

**Role:**

Lider – dba o udział wszystkich uczestników w zadaniu i o wykonanie zadań w kolejności

Pilnujący czasu – pilnuje czasu; zwraca uwagę, ile czasu zostało

Skryba – wypełnia kartę pracy, robi notatki, jeśli jest taka potrzeba

Prezenter – na koniec prezentuje wyniki pracy grupy innym grupom

## Ustawa z dnia 6 września 2001 r. Prawo farmaceutyczne

### **Art. 52.**

1. Reklamą produktu leczniczego jest działalność polegająca na informowaniu lub zachęcaniu do stosowania produktu leczniczego, mająca na celu zwiększenie: liczby przepisywanych recept, dostarczenia, sprzedaży lub konsumpcji produktów leczniczych.

### **Art. 53.**

1. Reklama produktu leczniczego nie może wprowadzać w błąd, powinna prezentować produkt leczniczy obiektywnie oraz informować o jego racjonalnym stosowaniu.

3. Reklama produktu leczniczego nie może być kierowana do dzieci ani zawierać żadnego elementu, który jest do nich kierowany.

### **Art. 55.**

1. Reklama produktu leczniczego kierowana do publicznej wiadomości nie może polegać na:

- 1) prezentowaniu produktu leczniczego przez osoby znane publicznie, naukowców, osoby posiadające wykształcenie medyczne lub farmaceutyczne lub sugerujące posiadanie takiego wykształcenia;
- 2) odwoływaniu się do zaleceń osób znanych publicznie, naukowców, osób posiadających wykształcenie medyczne lub farmaceutyczne lub sugerujących posiadanie takiego wykształcenia.

### **Art. 57.**

1. Zabrania się kierowania do publicznej wiadomości reklamy dotyczącej produktów leczniczych:

- 1) wydawanych wyłącznie na podstawie recepty;
- 2) zawierających środki odurzające i substancje psychotropowe;
- 3) umieszczonych na wykazach leków refundowanych, zgodnie z odrębnymi przepisami, oraz dopuszczonych do wydawania bez recept o nazwie identycznej z umieszczonymi na tych wykazach.

## Pytania:

1. Jakich leków nie można reklamować? Jaka nie może być reklama leków?

---

2. Kto nie może prezentować leków w reklamach?

---

3. Do czego nie można się odwoływać w reklamie leków?

---

4. Wymyślcie dwie przykładowe reklamy, która będą reklamować leki i będą zgodne z powyższymi artykułami ustawy. Opiszcie, jakiego produktu będzie dotyczyć reklama, co się będzie działo w reklamie, wymyślcie hasło reklamowe.

a)

b)

**Samocena pracy grupy.** Wypowiedzcie się po kolei i wypełnijcie razem.

1. Wszyscy uczestniczyliśmy w wykonywaniu zadania

1 – nie bardzo	2	3	4	5 - bardzo

2. Byliśmy skoncentrowani na zadaniu

1 – w ogóle	2	3	4	5 - zawsze

3. Uwzględnialiśmy głosy każdego uczestnika i uczestniczki

1 – nie bardzo	2	3	4	5 - bardzo

4. Co mogliście zrobić lepiej?

---

Podpisy uczestników i uczestniczek:

---