



**НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ**

**МАГИСТЪРСКИ ФАКУЛТЕТ**

**Департамент: „Медикобиологични науки”**

**Програма: „Регламенти и стандарти в медицината”**

**Магистърска теза на тема:**

**Проучване на етичните аспекти  
в рекламата на лекарства без лекарско предписание**

**Научен ръководител: доц. Илко Гетов**

**Дипломант: Марина Петрова F 30 862**

# Структура на магистърската теза

- Увод
- Глава първа – Преглед на етичните аспекти при рекламата на лекарства
- Глава втора – Оценка на етичните аспекти в рекламата за лекарства
- Заключение

# Увод

- Цели и задачи на разработката
- Обект и предмет и на разработката
- Актуалност на магистърската теза

## Глава първа

### Преглед на етичните аспекти при рекламата на лекарства

- Реклама – история, същност, цели и видове
- Що е етика?
- Етични кодекси и етични аспекти в рекламата
- Аспекти на фармацевтичната етика
- Реклама на лекарства и проблеми, свързани с нея
- Законови изисквания и ограничения във връзка с рекламата на лекарства

# Що е етика?

- Етика (от гръцки ἦθος - нрав, обичай, характер)
- Етиката е хуманитарна наука, в основата на която е заложен философският подход.
- Предмет на етиката е моралът.
- Целта на етиката е да изследва и обяснява моралните явления и да учи на морал.

# Фармацевтична етика

Убежденията и поведението, към които се придържат работещите в областта на фармацията.

Развитие на концепцията за „фармацевтична грижа“.

# Реклама на лекарства и проблеми, свързани с нея

- Лекарствената реклама
- Неетичната, заблуждаваща или нелоялна  
лекарствена реклама
- Методи за рекламен контрол



# Законови изисквания и ограничения във връзка с рекламата на лекарства

Лекарствената реклама  
трябва да бъде:

- честна, лоялна, правдива, точна и достоверна;
- да спазва установените езикови норми;
- да спазва правилата за благоприличие и морал;
- да казва само истината за рекламирания продукт;
- да представя само проверени твърдения;
- да не прикрива рискове или нежелани реакции на лекарството.

Забраняват се:

- рекламите на лекарства по лекарско предписание;
- рекламите на лекарства, съдържащи психотропни или наркотични вещества;
- рекламите, свързани с лечението на опасни болести (рак, диабет, туберкулоза);
- обещаващите реклами и такива, които приписват несъществуващи качества на продукта.



## Глава втора

### Оценка на етичните аспекти в рекламата за лекарства

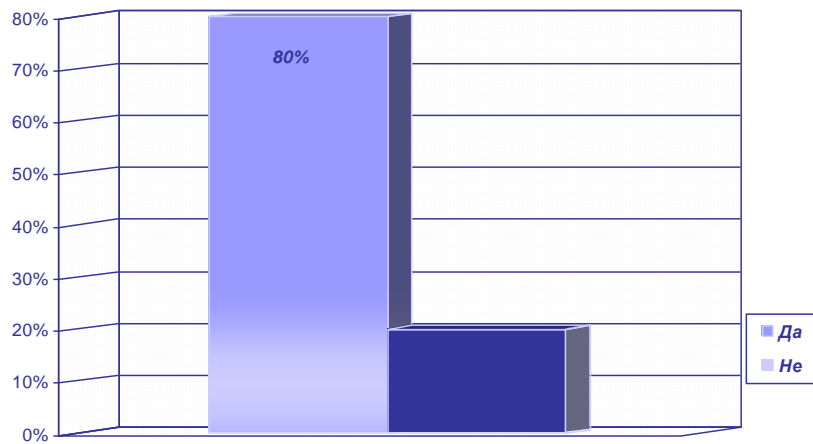
- Оценка на степента на спазване на етичните аспекти в лекарствената реклама
- Оценка въздействието върху потребителите
- Проблеми в прилагането на етичните принципи и нормативната регулация в лекарствената реклама
- Проучване, резултати и анализ на резултатите от него

# Проучване, резултати и анализ на резултатите от него

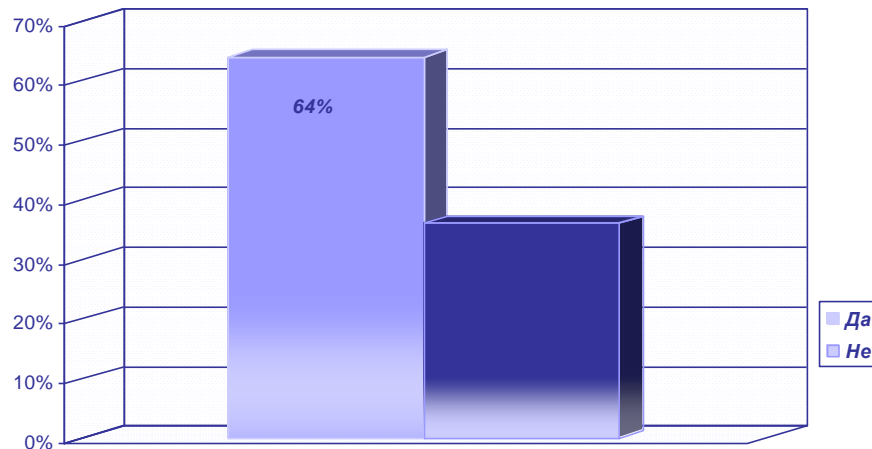
- Предмет и обект на проучването
- Цели на проучването
- Методика на проучването
- Характеристики на въпросника
  - Структура на анкетата*
  - Съдържание на анкетата*
  - Структура на въпросите и отговорите*

# Често попадате на реклами за лекарства?

Медицински специалисти

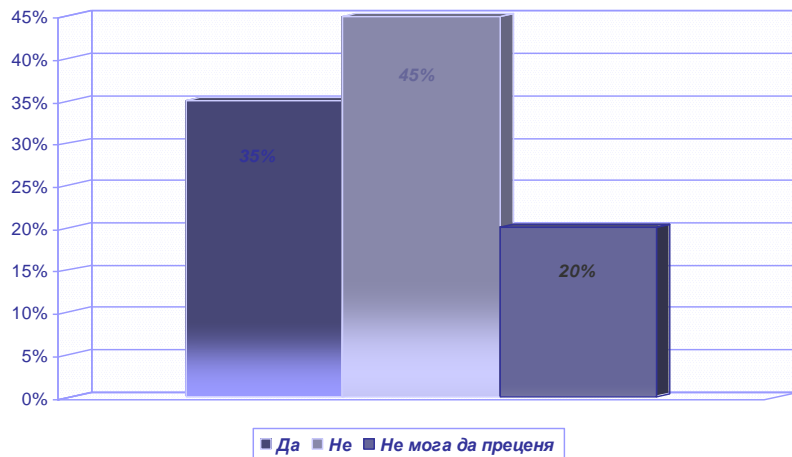


Граждани

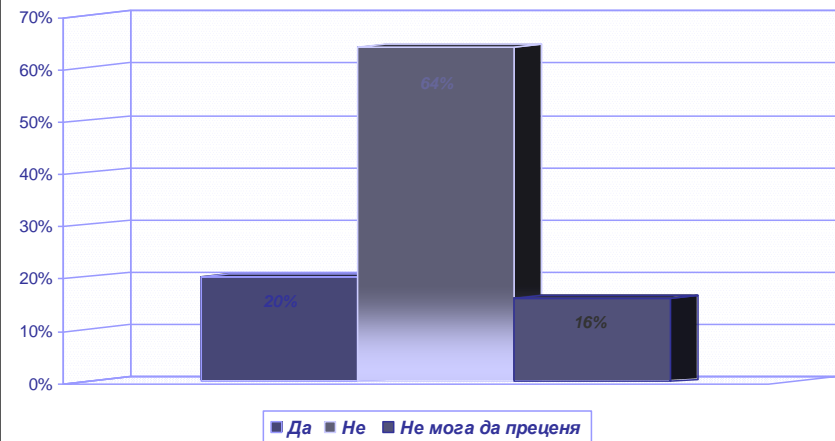


# Дразни ли Ви рекламата на лекарства?

Медицински специалисти

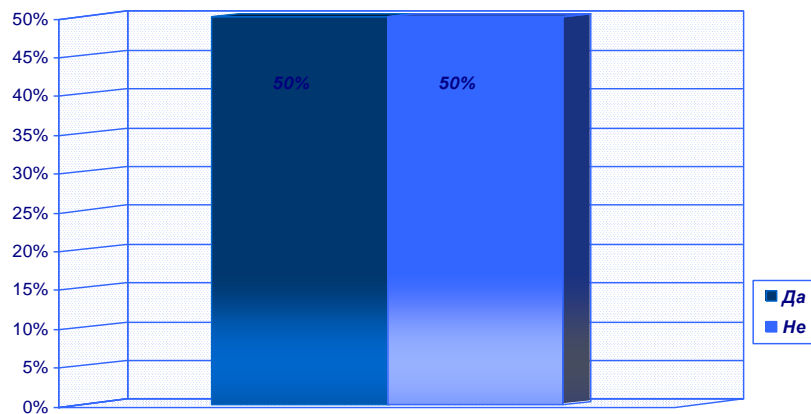


Граждани

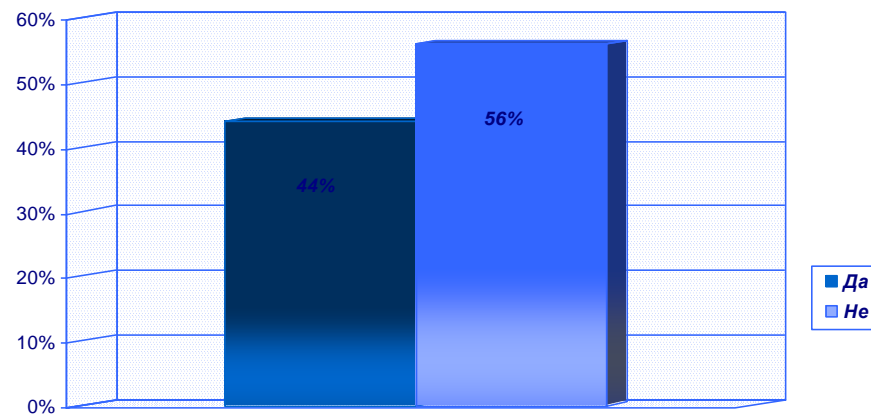


# Случвало ли се е да се чувствате измамени от рекламата на лекарства?

Медицински специалисти

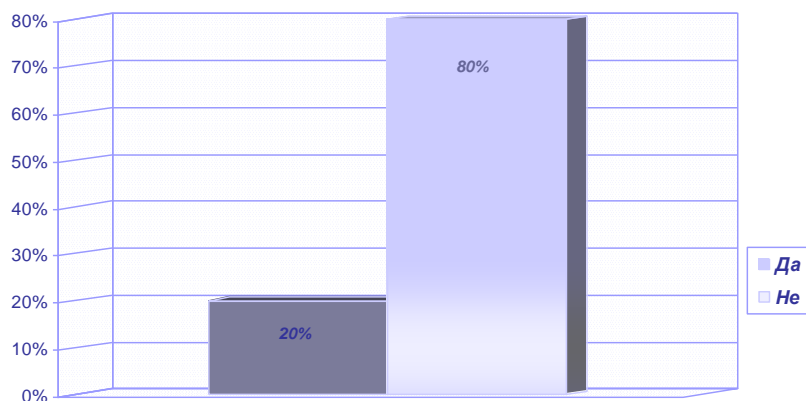


Граждани

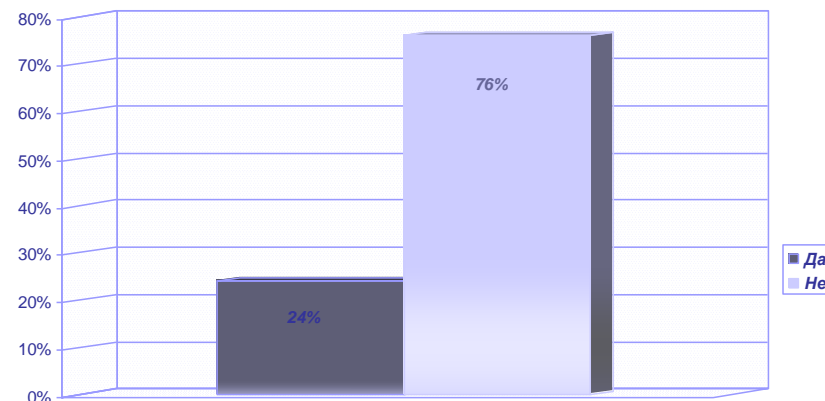


# Случвало ли се е да се чувствате обидени от рекламата на лекарства?

Медицински специалисти

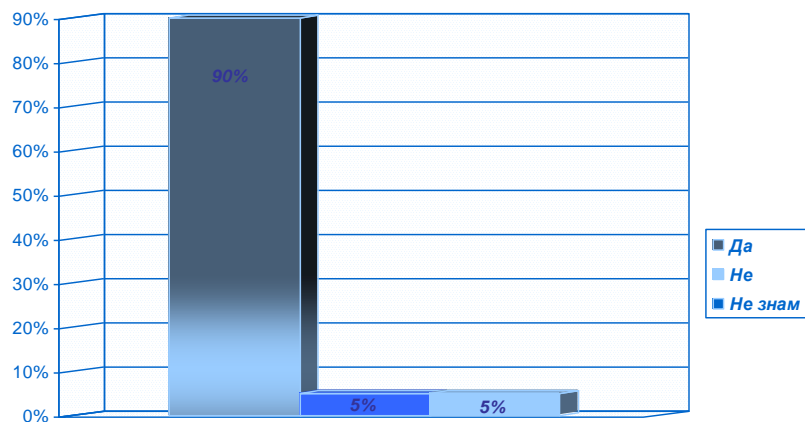


Граждани

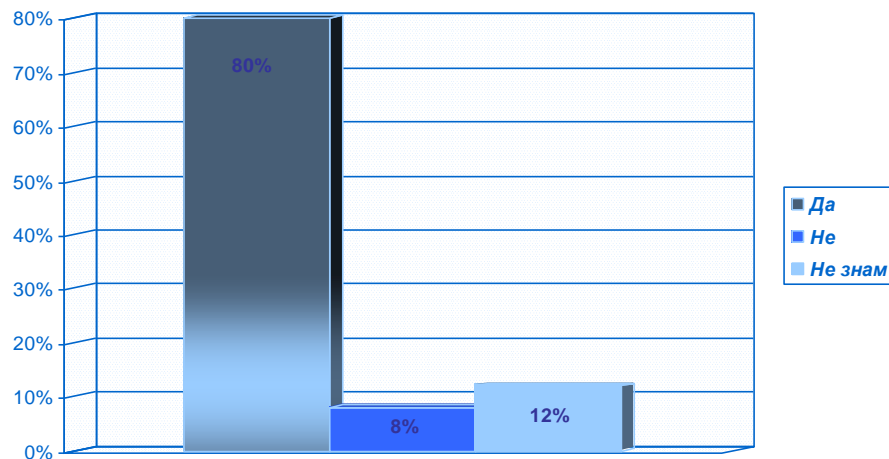


# Съществуват ли според Вас правила и закони, които трябва да се спазват при създаването на реклами за лекарства?

Медицински специалисти

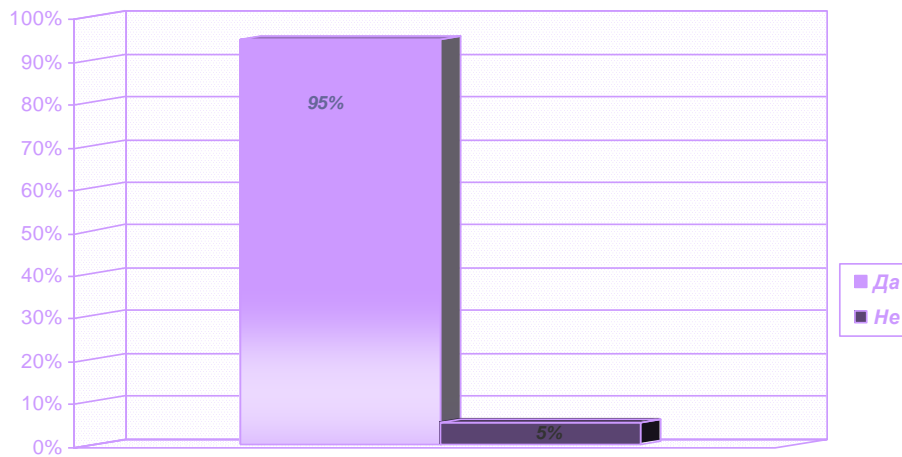


Граждани

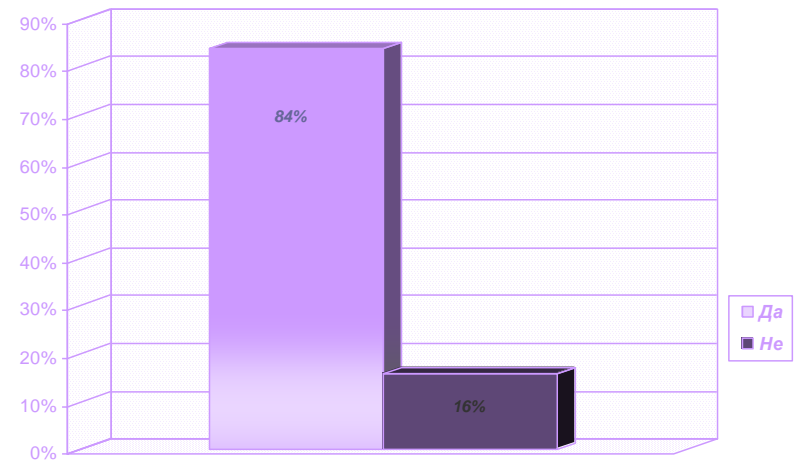


# Рекламата за лекарства трябва да е на първо място етична?

Медицински специалисти



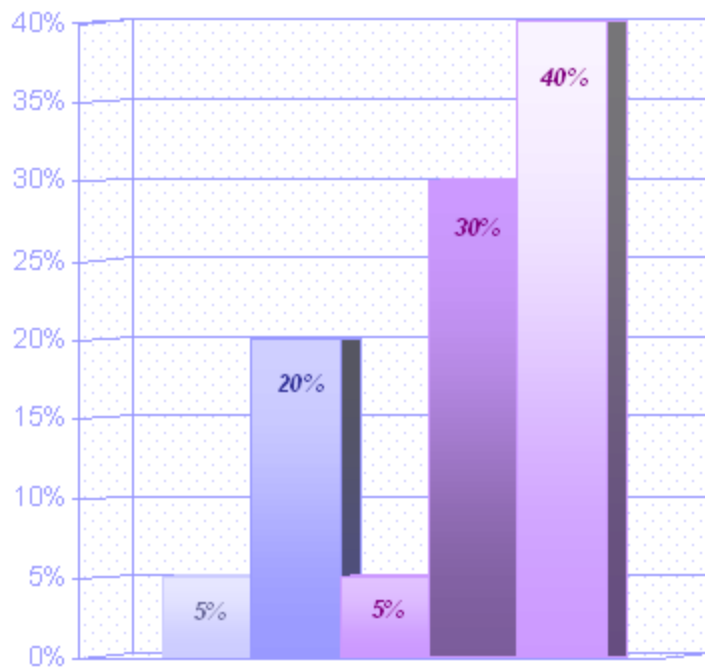
Граждани



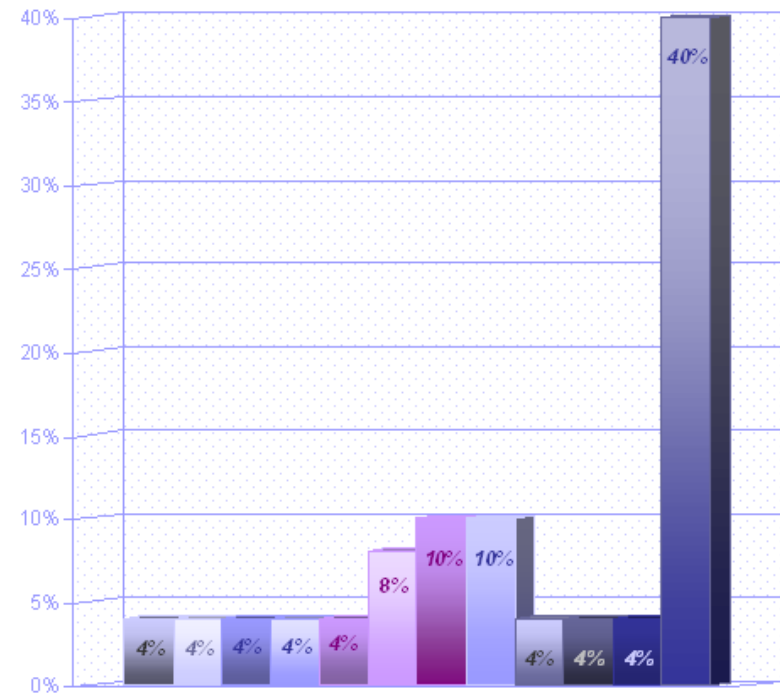


# Какви рискове крие неетичната реклама на лекарства?

Медицински специалисти



Граждани



# Заключение

## ОСНОВНИ ИЗВОДИ

- Рекламата на лекарства без рецепта играе основна роля в съвременното здравеопазване като насърчава по-добрата здравна грижа.
- Осигурява информация за наличните на пазара лекарства и за достъпа до тях.
- Лекарствената реклама трябва да бъде нормативно и законово регламентирана, за да се предпази обществото от заблуда.
- Глобална е тенденцията за самоконтролиращи или контролиращи съвместно с правителството методи за рекламен контрол.
- Малко са етичните и правни стандарти, контролиращи рекламата на лекарства и подобни продукти, но без тези стандарти и приложението им, лекарствената реклама би била определяна като незаконна и неетична.

# Заключение

## Препоръки за практиката

- Здравето на потребителите трябва да стои пред корпоративните печалби. Ето защо са нужни по-голяма прозрачност и повече здравно-информационни кампании.
- Трябва да бъде въведено законодателство, което изцяло да регулира всички форми на промоции, включително интернет и здравните кампании. Последните пък, трябва да се осъществяват само от независими организации.
- За цялостно решаване на проблемите, свързани с предпазване от негативни въздействия на рекламата, е необходимо да се търси максимално добре осъществявано взаимодействие между законовите регулации и приложението на етичните норми.

**Благодаря за вниманието!**