

|   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| UVOD.....   | 2                                   |
| 1. DIFERENCIRANJE GLAVNIH ETIČKIH KRITERIJUMA OD VAŽNOSTI U PROMOCIJI JEDNOG LEKA .....   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.1. PROMOCIJA LEKOVA: SPECIFIČNOSTI, KARAKTERISTIKE I VRSTE PROMOCIJE .....  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.2. OGLAŠAVANJE LEKOVA.....  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.3. PROMOCIJA LEKOVA ZDRAVSTVENIM RADNICIMA .....  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.4. SIMPOZIJUMI, KONGRESI I OSTALE NAUČNO USMERENE .....   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| KOMUNIKACIJE PRI PROMOCIJI LEKOVA .....   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.5. DAVANJE BESPLATNIH UZORAKA STRUČNOJ JAVNOSTI .....   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 1.6. REKLAMIRANJE LEKOVA POSREDSTVOM JAVNIH MEDIJA, INTERNETA, REKLAMIRANJE NA JAVNIM MESTIMA I DRUGI OBLICI REKLAMIRANJA JAVNOSTI .....                                      | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2 RAZMATRANJE ZNAČAJA ETIČKIH KRITERIJUMA U PROMOCIJI LEKOVA KAO STANDARDA DOBRE PROMOTIVNE PRAKSE .....  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 2.1. ETIČKA PITANJA VEZANA ZA PROMOCIJU LEKOVA.....   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3. STRUKTURALNA ANALIZA RAZLIČITIH MEĐUNARODNIH, REGIONALNIH I NACIONALNIH ETIČKIH NORMATIVA – KODEKSA DOBRE MARKETINŠKE PRAKSE KOJI SE ODOSE NA PROMOCIJU LEKOVA .....       | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.1 VAŽEĆI ETIČKI KODEKSI KAO STANDARDI DOBRE PROMOTIVNE PRAKSE .....   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.2 ETIČKI KRITERIJUMI ZA PROMOCIJU LEKOVA - SVETSKA ZDRAVSTVENA ORGANIZACIJA (1988 god.).....  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.3. KODEKS FARMACEUTSKE MARKETINŠKE PRAKSE - MEĐUNARODNA FEDERACIJA PROIZVOĐAČA FARMACEUTSKIH PROIZVODA I FARMACEUTSKE ASOCIJACIJE (1981, 1988, 1994, 2000, 2006 god.) ..... | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.4. EVROPSKI KODEKS DOBRE PRAKSE ZA PROMOCIJU LEKOVA- EVROPSKA ASOCIJACIJA PROIZVOĐAČA LEKOVA (1993, 2006 god.).....   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.5. SMERNICE O ETIČKIM ODNOSIMA IZMEĐU FARMACEUTA I PROIZVOĐAČA FARMACEUTSKIH PROIZVODA - KANADSKO UDRUŽENJE FARMACEUTA (1996 god.) .....                                    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.6. KODEKS FARMACEUTSKE MARKETINŠKE PRAKSE - UDRUŽENJE FARMACEUTSKIH PROIZVOĐAČA INDIJE (2007 god.).....   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.7. KODEKS PONAŠANJA U PROMOVISANJU LEKOVA KOJI SE PROPISUJU I IZDAJU NA RECEPT I KOMUNIKACIJA SA ZDRAVSTVENIM   |                                     |

---

RADNICIMA – FOND PROIZVOĐAČA INOVATIVNIH LEKOVA (2008 god.)

**Error! Bookmark not defined.**

4.1 ODNOS FARMACEUTSKE INDUSTRIJE I NJENIH PREDSTAVNIKA SA ZDRAVSTVENIM PROFESIONALCIMA .....**Error! Bookmark not defined.**

4.2. NAJČESĆI NAČINI INFORMISANJA ZDRAVSTENIH PROFESIONALACA .....**Error! Bookmark not defined.**

4.3. DOKAZI DA PROMOTIVNE TEHNIKE UTIČU NA PROPISIVAČKE NAVIKE LEKARA .....**Error! Bookmark not defined.**

ZAKLJUČAK DIPLOMSKOG RADA .....**Error! Bookmark not defined.**

PRILOZI .....**Error! Bookmark not defined.**

SMERNICE O ETIČKIM ODNOSIMA IZMEĐU FARMACEUTA I PROIZVOĐAČA FARMACEUTSKIH PROIZVODA .....**Error! Bookmark not defined.**

ETIČKI KRITERIJUMI ZA PROMOCIJU LEKOVA .....**Error! Bookmark not defined.**

ODREDBE KODEKSA PONAŠANJA INOVIA .....**Error! Bookmark not defined.**

LITERATURA : .....**Error! Bookmark not defined.**

## UVOD

Razvoj tehnologije omogućava da proces edukacije i informisanost pacijenata bude sve brže, dostupnije i efikasnije. Proces koji dovodi do razmene informacija i stvaranja stavova o proizvodima prouzrokujući povećanu upotrebu od strane pacijenata se naziva promocija. Obzirom na specifičnost lekova kao proizvoda, promocija u oblasti farmaceutskih proizvoda je specifična. U ovom radu pod terminom leka podrazumevamo samo lekove koji se izdaju na recept, a pod terminom promocija<sup>1</sup> sve vrste informacija i načine prenosa informacija o lekovima koje su usmerene i namenjene stručnoj javnosti.

Ono što se očekuje od zdravstvenih radnika (farmaceuta, stomatologa i lekara) je obezbeđivanje tačnih i informacija visokog kvaliteta, na način koji će pacijenti najbolje razumeti. Na farmaceutima je da budu etični i razlikuju informisanje zdravstvenih profesionalaca i pacijenata od reklamiranja lekova.

Poboljšanje informisanosti zdravstvenih radnika odražava se na kvalitet njihovog rada i rezultate rada, i to ne samo u lečenju i dijagnostici, već i u prevenciji i očuvanju

---

<sup>1</sup> Ovde je potrebno naglasiti terminološki problem nedoslednosti upotrebe samog termina promocija leka. Dok se u mnogim međunarodnim dokumentima pod ovim izrazom krije i reklama u našem zakonodavstvu ovi pojmovi su strogo razgraničeni.

zdravlja. Prevencija je najjeftiniji i najefikasniji način za postizanje i očuvanje zdravlja. Neophodno je pravilno razumevanje bolesti, prihvatanje preventivnih mera, način ponašanja i pravilna primena leka. Da bi se to postiglo, zdravstvenim ranicima su potrebne aktuelne, pouzdane i lako razumljive informacije. One se odnose na indikacije, neželjene efekte, interakcije sa drugim lekovima, pravilnu primenu i izveštaje kliničkih studija.

**----- CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU -----**

<http://www.maturskiradovi.net/eshop/>

**POGLEDAJTE VIDEO UPUTSTVO SA TE STRANICE I PORUČITE RAD  
PUTEM ESHOPA , REGISTRACIJA JE OBAVEZNA.**

**MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**