

## **Abstrakt - Regulace prodeje a reklamy volně prodejných léčivých přípravků**

Diplomová práce se zabývá problémy regulace prodeje a reklamy volně prodejných léčivých přípravků, tedy léčivých přípravků, u nichž je umožněn výdej bez lékařského předpisu. Hlavním cílem práce je zhodnocení této regulace v kontextu zajištění bezpečnosti uživatelů léčivých přípravků. Tato bezpečnost může být ohrožena snadnou dostupností volně prodejných léčivých přípravků v prodejnách a stále se rozvíjející propagací léčivých přípravků, která může představovat hrozbu, zejména pokud je v reklamě příliš využíván motiv strachu o vlastní zdraví. První část práce definuje základní pojmy důležité pro téma práce. V druhé části jsou představeny základní prameny právní regulace prodeje a reklamy volně prodejných léčivých přípravků. Následuje kapitola věnovaná problematice registrace léčivých přípravků s důrazem na jejich klasifikaci pro výdej bez lékařského předpisu. Samostatný pododdíl je věnován i hraničním výrobkům a rozdílům v regulaci jejich prodeje a reklamy oproti léčivým přípravkům. Další oddíl se věnuje samotné problematice prodeje volně prodejných léčivých přípravků. Zde jsou uvedeny podmínky prodeje, které jsou porovnány s podmínkami stanovenými pro výdej léčivých přípravků v lékárnách, dále je věnována pozornost dozoru nad prodejem léčivých přípravků s uvedením několika konkrétních rozhodnutí dozorového orgánu a v závěru kapitoly jsou představeny aktuální návrhy na změny v oblasti prodeje léčivých přípravků. Poslední část práce je zaměřena na regulaci reklamy na léčivé přípravky s důrazem na reklamu zaměřenou na širokou veřejnost. Autorka nejprve představuje náležitosti reklamy obecně, dále se věnuje problematice identifikace reklamy na léčivé přípravky a pravidlům pro reklamu na léčivé přípravky, i s krátkou zmínkou o reklamě zaměřené na odborníky. Samostatné oddíly jsou věnovány reklamě na léčivé přípravky zaměřené na širokou veřejnost a dozoru nad reklamou na léčivé přípravky, kde je věnován prostor i konkrétním rozhodnutím dozorových orgánů. Autorka práce za hlavní problémy v oblasti regulace prodeje a reklamy volně prodejných léčivých přípravků považuje nedostatečný dozor v oblasti prodeje a roztříštěnost právní úpravy a dozoru v oblasti reklamy.

**Klíčová slova:** volně prodejné léčivé přípravky, prodej léčivých přípravků, regulace reklamy