



**МЕДИЦИНСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ПЛЕВЕН**

**ФАКУЛТЕТ „ОБЩЕСТВЕНО ЗДРАВЕ“ – ЦЕНТЪР ЗА ДИСТАНЦИОННО ОБУЧЕНИЕ**

**КАТЕДРА “ ОБЩЕСТВЕНОЗДРАВНИ НАУКИ”**

## **СЕМИНАР №4**

**ПО УЧЕБНА ДИСЦИПЛИНА  
„БИОЕТИКА”**

**ТЕМА:**

**„ЕТИЧНИ АСПЕКТИ НА МАРКЕТИНГА.”**

**30.03.2020 – 10.04.2020**

**ЗА СТУДЕНТИ ОТ МУ – ПЛЕВЕН МАГИСТЪРСКА СТЕПЕН**

**■ СПЕЦИАЛНОСТ „ФАРМАЦИЯ” ■**

**Гр. Плевен**

**2020 год.**

## ТЕЗИСИ НА СЕМИНАР № 4

**УЧЕБНИ ЦЕЛИ:** В края на занятияето:

1. Студентите да могат да разпознават основните задължения на фармацевта при разпространение на медикаменти. – *Препратка Лекция 5,*
  - При медикаменти с контролирано;
  - При спешно отпускане на медикаменти;
  - При отказ за отпускане на медикаменти;
2. Студентите да познават етическите изисквания заложи в Етичен кодекс на научноизследователската фармацевтична индустрия в България относно: – *Препратка Етичен кодекс на научноизследователската фармацевтична индустрия в България*
  - Събития и прояви на гостоприемство;
  - Информационни и образователни материали;
  - Заплащане на услуги;
  - Консултантски услуги
  - Медицински представители;
  - Материали използвани от медицински представители;
  - Мостри;
  - Забрана за подаръци;
3. Студентите да познават основните права на пациента заложи в Декларация от Лисабон. – *Препратка към Лекция 4*

### **ПЛАН НА ЗАНЯТИЕТО:**

1. Запознаване с правата на пациента според Декларация от Лисабон – *Препратка към Допълнителни материали; Декларация от Лисабон.*
2. Запознаване с етическите изисквания заложи в Етичен кодекс на научноизследователската фармацевтична индустрия в България към:
  - Събития и прояви на гостоприемство във фармацевтичната практика; Информационни и образователни материали;
  - Заплащане на услуги; Консултантски услуги;
  - Медицински представители; Материали използвани от медицински представители; Мостри; Забрана за подаръци;

### **ПРАКТИЧЕСКИ ЗАДАЧИ:**

**Прочетете внимателно всеки казус и отговорете на поставените въпроси.**

#### **Казус 1: Случаят с безплатния обяд**

Д-р Г.Д. отговаря за специализантите по кардиология в голяма Университетска болница. Началникът на клиниката по кардиология му поставя задача да подsigури обяд за клиничните срещи на колектива веднъж седмично, като добавя: „С всички тези фармацевтични компании, които губят времето на лекарите ни непрекъснато, не би трябвало да е голям проблем да намерите някой, който да ни почерпи по един сандвич и някакъв снaкс веднъж седмично.“

Д-р Г.Д. леко озадачено пита: „Да разбирам ли, че за Вас няма проблем фармацевтична компания да ни черпи всяка седмица?“

Началникът на клиниката отговаря: „Не, не виждам проблем. Всеки знае, че търговските представители ни натрапват продуктите си, а всичко в крайна сметка е празни приказки. Повечето 6-годишни деца могат да направят разлика между рекламите на лакомства по телевизията, нали? Смятам, че колегите също могат да вземат рационални решения.“

Д-р Г.Д. се свързва с представителката на фирма, която им предлага нов АСЕ инхибитор и договаря безплатните обеда. Уговорката е представителката да присъства на клиничните срещи, но да се включва, само ако има въпроси към нея. Д-р Г.Д. планира да смени фирмата след няколко срещи, особено ако представителката се окаже прекалено словоохотлива на срещите.

В крайна сметка д-р Г.Д. остава с некомфортно усещане и не е убеден, че цялата история би преминала успешно телевизионния тест<sup>1</sup>. Множество публикации показват, че лекарите действително се влияят от фармацевтичните промоции и не винаги предписват най-подходящите препарати на пациентите си. Ако всички АСЕ инхибитори са еднакви, то би трябвало да се изписва най-изгодния за пациента, а не препарата на фирмата, подсигурила безплатния обяд за колектива на клиниката. Но дали това е така? Може би 6-годишните деца да правят разлика между рекламираните лакомства, но дали колегите ще са в състояние да вземат наистина рационални решения при създадените се обстоятелства? А ако не са, кой всъщност „плаща“ за безплатния обяд? Какво послание ще получат специализантите, виждайки как се организират „безплатни обеда“?

- **Съществува ли конфликт на интереси в представения казус? Аргументирайте позицията си.**
- **Кои положения от Етичен кодекс на научноизследователската фармацевтична индустрия в България могат да помогнат на магистър-фармацевта?**
- **Как ще постъпите Вие ако бяхте на мястото на д-р Г.Д.? Аргументирайте позицията си.**

### **Казус 2: Случаят с безплатните мостри**

Д-р К.Л. е интернист с малък практически опит, която започва работа като ОПЛ в групова практика в малко градче. Д-р О.П., ръководител на практиката, ѝ възлага да организира учебни семинари за персонала, в това число и срещи с представители на фармацевтични фирми. Д-р К.Л. досега винаги е отправяла търговските представители от кабинета си и дори е изпитвала чувство на гордост, че е независима в работата си от фармацевтичните компании. Възложените ѝ нови отговорности я притесняват. Само за седмица тя е затрупана от множество обаждания и предложения на търговски представители за организиране на безплатни семинари. Д-р К.Л. споделя с д-р О.П. притесненията си, както и скептицизма си по отношение на образователната полза от такива семинари. По нейно мнение фармацевтичните представители често изопачават информацията за препаратите. Управителят разбира аргументите на колежката си, но подчертава, че много от пациентите в градчето са социално слаби и безплатните мостри, които оставят фармацевтичните представители, са спасение за тях. Д-р К.Л. организира срещи на фармацевтични представители за колегите си, но самата тя ос-

---

<sup>1</sup> Тест за проверка на етичността на дадено решение чрез отговаряне на въпроса: Би ли казал за решението си по националната телевизия?

тава вярна на принципите си да не приема представители, нито безплатни мостри и подаръци.

Седмица по-късно, д-р К.Л. преглежда г-жа С.Т., 72-годишна хипертоничка. Пациентката е с малка пенсия, която едва ѝ стига за закупуване на изписаните медикаменти. Г-жа С.Т. споделя, че отскоро страда от инконтиненция, която много я смущава и заради която не смее да излезе от дома си и моли да ѝ бъде предписано някакво лечение. Д-р К.Л. обяснява, че има подходящ медикамент за състоянието ѝ, но цената му е висока и не се реимбурсира от здравното ѝ осигуряване. Г-жа С.Т. казва, че някои нейни приятели получават от лекарите си безплатни мостри, които им спестяват значителни финансови разходи. Д-р К.Л. си спомня, че само преди няколко дни е отпратила фармацевтичен представител, който е искал да ѝ рекламира точно този медикамент и да ѝ остави мостри. Д-р К.Л. е отказала услугите му, но той е успял да ѝ остави визитката си.

- **Как да постъпи д-р К.Л.?**
- **Кои права на пациента се засягат в този казус?**
- **Безплатната мостра решение ли е за тази пациентка?**
- **Могат ли безплатните мостри да „закърпят“ проблемите на здравната система или са просто една много успешна промоционална маневра? Аргументирайте позицията си.**

### **Казус 3: Случаят с поканата за вечеря**

Вие сте специалист в Кардиологичен център. По електронна поща получавате покана да посетите специална вечерна среща, организирана от фармацевтична компания. Компанията често е снабдявала с пица клиничните срещи в Кардиологичния център и там сте се запознали с търговския им представител. Вечерята ще се състои в най-добрия ресторант в града, а планираната лекция е на интересуваща Ви тема и ще бъде изнесена от опитен лекар от Вашия център. Един от старшите специалисти Ви казва, че е бил изненадан да получи лаптоп компютър за подарък, когато е посетил подобна вечеря предишната година, а и храната била много добра.

- **Прецените, това образователна дейност ли е или такава с рекламен характер?**
- **Такова разграничаване има ли значение за избора Ви дали да присъствате на срещата? Ако има, защо?**
- **Смятате ли, че е възможно да чуете нови неща, които не са били обсъждани на други срещи?**
- **Ако не присъствате, какво влияние ще окаже изборът Ви върху взаимоотношенията с колежата, изнесъл лекцията?**
- **Кои положения от Етичен кодекс на научноизследователската фармацевтична индустрия в България са приложими към казуса?**
- **Трябва ли да отидете на вечерята?**
- **Аргументирайте отговора си за всеки един от въпросите.**

**Казус 4:** Г-н Д.Ж. влиза развълнуван в аптеката носейки със себе си флаер за промоция на медикамент в друга аптека. Той подава флаера на фармацевт г-н О.А. и му казва, че в другата аптека има страхотно намаление на медикамента. Г-н О.А. въздъхва, той вече е имал срещи през деня с други редовни клиенти на аптеката носейки същия флаер. Фармацевтът търпели-

во обяснява, че не е имал възможност и желание да се срещне със собственика на конкуриращата аптеката, за да обсъдят въпросната промоция. Като причина за това той посочва, че конкурентната аптека не предлага пълният обхват от услуги, които неговата аптека предоставя на пациентите. Г-н Д.Ж. не е доволен от отговора на фармацевта. Г-н Д.Ж. мисли, че в аптеката нарочно надписват цените на лекарствата и изисква справедливи цени на лекарствата по рецепта, а не някакви рекламни трикове. Фармацевтът осъзнава, че г-н Д.Ж. не е напълно информиран и е объркан по отношение на този проблем.

- **Как да отговори фармацевтът?**
- **Каква морална дилема илюстрира този казус?**
- **Кой етичен принцип може да помогне на фармацевта за справяне с проблема (Уважение на автономността, Благоеяние, Ненанасяне на вреда, Справедливост)?**
- **Кои права на пациента се засягат в този казус?**
- **Аргументирайте позицията си.**

Решените задачи се изпращат на гл. ас. Ат. Аноф, дф чрез системата за дистанционно обучение или по е-мейл адрес ([atanas.anov@gmail.com](mailto:atanas.anov@gmail.com)) **в срок до 16.04.2020**. **ЗАДЪЛЖИТЕЛНО СЕ ПОСОЧВАТ:**

- **ТРИТЕ ИМЕНА НА СТУДЕНТА;**
- **ФАКУЛТЕТЕН НОМЕР;**
- **СПЕЦИАЛНОСТ И ГРУПА.**

**ИЗГОТВИЛ ЗАДАНИЕТО:**

**/гл. ас. Ат. Анов, дф/**