

دستورالعمل نحوه اطلاع رسانی امور پزشکی و تبلیغات و انتشار آگهی‌های دارویی، مواد

خوراکی، آشامیدنی، آرایشی، بهداشتی

(موضوع بند ب ماده ۳ از فصل دوم قانون سازمان نظام پزشکی جمهوری اسلامی ایران مصوب ۸۳/۱/۲۵)

مجلس شورای اسلامی



سازمان نظام پزشکی جمهوری اسلامی ایران

ماده ۱. حیطه موارد مشمول این دستورالعمل عبارت است از مواد دارویی، خوراکی، آشامیدنی، آرایشی، بهداشتی، تجهیزات پزشکی و امور پزشکی به شرح ذیل:

الف- منظور از مواد خوراکی، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی کلیه مواردی است که مشمول قانون مربوط به مقررات امور پزشکی و دارویی و مواد خوردنی و آشامیدنی مصوب ۱۳۳۴ مجلس و اصلاحیه‌های بعدی آن می‌شود که برای تولید، واردات و توزیع نیاز به اخذ مجوز از وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی دارند.

ب- منظور از دارو تمام اقلام دارویی، مواد اولیه، ملزومات دارویی و مکمل‌ها می‌باشند که مشمول قانون مربوط به مقررات امور پزشکی، دارویی، مواد خوردنی و آشامیدنی، مصوب ۱۳۳۴ مجلس و آیین‌نامه و ضوابط دارویی مصوب ۱۳۸۹ وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی می‌شوند. مرجع استعلام سازمان غذا و دارو است.

ج- منظور از تجهیزات پزشکی کلیه مواردی است که مشمول آیین‌نامه تجهیزات پزشکی مصوب ۱۳۸۶ وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و اصلاحیه‌های بعدی آن می‌شود.

د- منظور از امور پزشکی کلیه خدمات حوزه سلامت است که توسط شاغلین حرف پزشکی و وابسته و موسسات درمانی با رعایت نظامات دولتی، صنفی و حرفه‌ای ارائه می‌شود.

تبصره: هر ماده، محصول یا خدمتی خارج از تعاریف فوق نیز، چنانچه مدعی هر گونه اثرات درمانی، تشخیصی، پیشگیری و بازتوانی گردد، مشمول این دستورالعمل خواهد بود.

ماده ۲. منظور از تبلیغات هر گونه پیام یا اطلاع رسانی است که منجر به ترغیب دریافت یا مصرف توسط دریافت کنندگان بالقوه یا بالفعل خدمات یا مصرف کنندگان بالقوه یا بالفعل محصولات موضوع این دستورالعمل گردد. (خبر، گزارش، رپرتاژ آگهی، تفسیر، مصاحبه، مقاله، آموزش، کارگاه آموزشی، پیام بهداشتی یا شعار سلامتی نیز که منجر به ترغیب یا دریافت خدمت یا محصول موضوع این دستورالعمل گردد می‌تواند به منزله تبلیغات محسوب گردد).

تبصره: مرجع تشخیص در خصوص مصادیق تبلیغات ماده ۲ کمیته‌های تبلیغات موضوع این دستورالعمل می‌باشد.

ماده ۳. تبلیغات از طریق هر یک از رسانه‌های عمومی و خصوصی دیداری و شنیداری از قبیل صدا و سیما، شبکه‌های ماهواره‌ای، محصولات ویدئویی و چند رسانه‌ای، مطبوعات، اینترنت، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی مجازی، وبسایت، تلفن، پیامک، بلوتوث، شبکه‌های صوتی، تصویری سازمانی، تبلیغات مندرج بر روی بسته بندی کالاها، برچسب، هر گونه تبلیغات محیطی اعم از فضای داخلی مطب/دفتر کار/موسسه، داخل یا خارج وسایط نقلیه، تولیدات چاپی مانند برگه‌های تراکت، کاتالوگ، بروشور، پوستر، دفترچه‌های راهنما، غرفه‌های نمایشگاهی، اسلاید، بانک‌های اطلاعاتی، پیام‌رسان‌ها، تیزر، سینما و میان‌پرده‌های سینمایی، انواع رسانه‌های چاپی اعم از نشریات تخصصی پزشکی و نشریات با مخاطب عام و کلیه هدایای تبلیغاتی (منجمله سررسید، بولت ژورنال و ...) تحت شمول این دستورالعمل هستند.

- ماده ۴.** انجام هرگونه تبلیغات در خصوص موضوعات ماده ۱ و از طریق رسانه‌های مندرج در ماده ۳ نیازمند اخذ مجوز تبلیغات از سازمان نظام پزشکی می‌باشد.
- ماده ۵.** مرجع صدور مجوز تبلیغات در شبکه‌های سراسری صدا و سیما و نشریات سراسری، کمیته مرکزی تبلیغات است. مرجع صدور مجوز تبلیغات در صدا و سیمای استان و نشریات استانی، کمیته تبلیغات استانی (موضوع ماده ۴۰) است. مرجع صدور مجوز تبلیغات در فضای مجازی، کمیته تبلیغات نظام پزشکی محل فعالیت مطب یا موسسه (موضوع ماده ۴۲ یا ۴۴) می‌باشد. در خصوص سایر رسانه‌ها مرجع صدور مجوز، کمیته/کمیته‌های تبلیغات نظام پزشکی شهرستان محل تبلیغات (موضوع ماده ۴۲ یا ۴۴) می‌باشد.
- تبصره ۱: در صورتی که متقاضی بخواهد در یک یا چند شهرستان خارج از محل فعالیت خود تبلیغ نماید موظف است جهت تبلیغات در هر شهرستان، از نظام پزشکی حوزه جغرافیایی محل انجام تبلیغات مراحل اخذ مجوز را طی کند. در این صورت مرجع صدور مجوز موظف است رونوشت مجوز صادره را به نظام پزشکی محل فعالیت منعکس نماید.
- تبصره ۲: کلیه مراحل بررسی درخواست و صدور مجوز تبلیغات کالاهای سلامت محور جهت تبلیغ در هر رسانه‌ای، در سازمان نظام پزشکی کل (کمیته مرکزی تبلیغات) انجام می‌پذیرد.
- ماده ۶.** سازمان نظام پزشکی موظف است زیر ساخت الکترونیکی لازم جهت دریافت و بررسی درخواست و صدور مجوز را به نحوی آماده سازد که مجوزهای صادره در این سامانه برای عموم قابل جستجو و رویت باشند. پس از آماده شدن سامانه، فرایند بررسی درخواست و صدور مجوز توسط کلیه نظام پزشکی‌ها صرفاً از طریق همین سامانه صورت می‌پذیرد.
- ماده ۷.** صدور مجوز صرفاً جهت مواد، محصولات و خدماتی مجاز است که اشخاص، شرکت‌ها و موسسات مربوطه قبلاً پروانه تأسیس، بهره‌برداری، ساخت یا مجوز ورود و توزیع محصول یا پروانه ارائه خدمات پزشکی و پیراپزشکی موضوع تبلیغات را از وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، سازمان نظام پزشکی یا سایر مراجع ذیصلاح حوزه سلامت اخذ نموده باشند. مرجع استعمال در خصوص مواد، محصولات سازمان غذا و دارو است.
- ماده ۸.** تبلیغ جهت داروها و کلیه اقلام موضوع بند ب ماده ۱ و همچنین کالاهایی که دارای ادعای درمانی هستند برای مخاطب عام (غیر از جامعه پزشکی) ممنوع است.
- ماده ۹.** صدور مجوز تبلیغات در خصوص ادعاهای مطروحه در آگهی کلیه مواد و محصولات موضوع ماده ۱ این دستورالعمل صرفاً مطابق با تأییدیه وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی یا سایر مراجع ذیربط امکان‌پذیر می‌باشد.
- ماده ۱۰.** صدور مجوز تبلیغات جهت خدمات و کالاهای آسیب‌رسان به سلامت مطابق فهرست اعلامی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی ممنوع است.
- ماده ۱۱.** تبلیغات در شبکه‌های ماهواره‌ای که مورد تأیید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیستند ممنوع است.
- ماده ۱۲.** تبلیغات در شبکه‌های مجازی که مطابق با موازین و قوانین جمهوری اسلامی نیست، ممنوع است.
- ماده ۱۳.** استفاده از هرگونه عبارت تشویقی در تبلیغات (از قبیل تعیین درصد، پورسانت، تعیین جایزه، هدیه، قرعه‌کشی، اقساط، تضمینی، رایگان، تخفیف، ارائه وام جهت دریافت خدمت) ممنوع است.
- ماده ۱۴.** استفاده از صفات تفضیلی و عالی (بهترین، برترین، اولین، مجهزترین و موارد مشابه) در تبلیغات ممنوع است.
- ماده ۱۵.** استفاده از نام و آرم موسسات و سازمان‌های تعیین کیفیت و استاندارد داخلی و خارجی مورد قبول وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و سازمان نظام پزشکی که صرفاً تأییدکننده و بیان‌کننده کیفیت است بلامانع است.

- ماده ۱۶.** متقاضیان تبلیغات، کانون‌های آگهی و تبلیغات، مطبوعات و رسانه‌های کشور ضمن رعایت مفاد این دستورالعمل موظف به رعایت ماده ۱۲ آیین نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون‌های آگهی و تبلیغاتی مصوب شورای انقلاب می‌باشند.
- ماده ۱۷.** استفاده از خدمات تبلیغاتی اشخاص حقیقی یا حقوقی فاقد مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ممنوع است.
- ماده ۱۸.** رعایت کلیه قوانین جاری کشور منجمله مفاد قانون «ممنوعیت تبلیغات و معرفی محصولات و خدمات غیرمجاز و آسیب‌رسان به سلامت در رسانه‌های ارتباط جمعی داخلی و خارجی و فضای مجازی» و همچنین کلیه موارد مندرج در «آیین نامه اجرایی ماده ۷ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان» لازم الاجرا می‌باشد. ذکر مندرجات تبلیغات به زبان انگلیسی یا یکی از زبان‌های رسمی کشورهای همسایه، بعد از متن فارسی بلامانع است.
- ماده ۱۹.** (اصلاحیه ۱۴۰۱/۱۱/۲۷) صدور مجوز تبلیغات برای متقاضیان حرف پزشکی که محرومیت از اشتغال دارند تا پایان مدت محرومیت ممکن نخواهد بود.
- ماده ۲۰.** کمیته‌های تبلیغات مکلفند محتوای اطلاع رسانی و تبلیغات درخواستی مطبها و دفاتر کار را بر اساس معیارهای زیر بررسی نموده و در صورت تطابق نسبت به صدور مجوز اقدام نمایند:
- الف: درج نام و نام خانوادگی کامل براساس مندرجات پروانه طبابت/دفتر کار الزامی است و حذف یا تغییر قسمتی از نام و نام‌خانوادگی تخلف محسوب می‌گردد.
- ب: درج بالاترین مقطع و رشته تحصیلی مندرج در پروانه طبابت الزامی است. استفاده از حروف اختصار برای عنوان رشته یا مقطع تحصیلی در تبلیغات ممنوع است.
- ج: درج تلفن ثابت و نشانی مطب/دفتر کار الزامی است.
- د: ساعات و ایام پذیرش بیمار، نشانی پست الکترونیک و بیمه‌های طرف قرارداد اختیاری است.
- هـ: درج رتبه رسمی علمی (بورس/دانشنامه) چنانچه در پروانه طبابت قید شده باشد اختیاری است.
- و: محتوای تبلیغ تنها در صورتی می‌تواند حاوی نشانی صفحات مجازی باشد که قبلاً مجوز تبلیغات نظام پزشکی برای آن صفحات صادر شده باشد.
- ز: رشته‌های پروانه دار، پزشکان و دندانپزشکان فوق تخصص و دارندگان فلوشیپ می‌توانند شرح خدمات مجاز را در تبلیغ درج نمایند. پزشکان و دندانپزشکان عمومی می‌توانند شرح خدمات مجاز و حداکثر سه رشته تخصص مصوب مورد علاقه خود را بدون ذکر عنوان متخصص و پزشکان متخصص می‌توانند شرح خدمات مجاز و همچنین دو رشته مصوب فلوشیپ یا فوق تخصص مورد علاقه خود را بدون ذکر عنوان فلوشیپ و فوق تخصص در تبلیغ درج نمایند. رشته طبابت مذکور می‌بایست از بین عناوین تخصص، فوق تخصص و فلوشیپی باشد که در حال حاضر در دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور در حال تدریس است.
- ح: شورای عالی موظف است عناوین مجاز تخصصی قابل درج در تبلیغات پزشکان و دندانپزشکان عمومی و عناوین مجاز فلوشیپ و فوق تخصصی قابل درج در تبلیغات متخصصان و شرح خدمات مجاز جهت هر رشته را تصویب و ابلاغ نماید. عناوین مذکور هر ساله توسط شورای عالی بازنگری و اعلام می‌گردد.
- ط: درج عناوین غیربالینی در تبلیغات مطبها و دفاتر کار ممنوع است.
- ی: تعداد شرح خدمات مجاز برای اعضای سازمان جهت درج در تبلیغات حداکثر ۵ مورد است.
- ماده ۲۱.** کمیته‌های تبلیغات مکلفند محتوای اطلاع رسانی و تبلیغات درخواستی موسسات را بر اساس معیارهای زیر بررسی نموده و در صورت تطابق نسبت به صدور مجوز اقدام نمایند: درج نام کامل موسسه براساس پروانه بهره‌برداری، شماره پروانه بهره‌برداری، نشانی و شماره تلفن ثابت در

- تبلیغات موسسات تشخیصی درمانی الزامی است. نام مسئول فنی، معرفی بخشهای موسسه، شرح خدمات مجاز، آدرس الکترونیکی، بیمه‌های طرف قرارداد، ساعات فعالیت، نام سازمان صادر کننده مجوز اختیاری است. شرح خدمات مجاز برای تبلیغات موسسات باید بر اساس بخش‌های مندرج در پروانه بهره‌برداری و وظایف مندرج در آیین‌نامه تأسیس موسسه باشد. تعداد خدمات قابل درج در تبلیغات موسسات حداکثر ۷ مورد است.
- ماده ۲۲.** نمایش تصاویر سر و صورت، اندام فوقانی و اندام تحتانی (زانو به پایین) در صورتی امکان پذیر است که هویت بیمار قابل شناسایی نبوده و رضایت کتبی و آگاهانه از وی اخذ شده باشد. نمایش تصویر سایر قسمت‌های بدن (منجمله شکم و سینه) ممنوع است. اندام قبل از تصویربرداری باید عاری از هرگونه رنگ یا براق کننده بوده و تصاویر نمایش داده شده نیز باید بدون روتوش یا جلوه ویژه باشد.
- ماده ۲۳.** انتشار فیلم یا تصویر از تصویر از محل مطب/دفتر کار یا موسسه مجاز است در این صورت صوت یا تصویر هیچ فرد دیگری به جز کادر درمانی پروانه‌دار آن موسسه نباید دیده شود. انتشار تصویر تجهیزات پزشکی که معرف برند خاص باشد در تبلیغات ممنوع است.
- ماده ۲۴.** محتوای تبلیغات مطب‌ها، دفاتر کار و مؤسسات نباید موجب تنزل شأن جامعه پزشکی شود. تشخیص با کمیته تبلیغات صادر کننده مجوز می‌باشد.
- ماده ۲۵.** سازمان نظام پزشکی مکلف است در مجوز صادره نام رسانه، مخاطبین رسانه، تیراژ و محتوای مجاز تبلیغات را عیناً قید نماید و دارنده مجوز نیز مکلف است صرفاً مطابق با محتوای مجوز، تبلیغات نماید.
- ماده ۲۶.** مدت اعتبار مجوزهای تبلیغات یکساله است.
- ماده ۲۷.** در خصوص مطب‌ها، دفاتر کار و کلیه موسسات به جز بیمارستانها، صدور مجوز تبلیغات محیطی صرفاً در بازه زمانی یک ماه قبل تا دو ماه بعد از افتتاح و حداکثر در ابعاد ۳۰۰*۲۰۰ سانتی متر و صرفاً در محدوده جغرافیایی شهری مجاز است.
- تبصره: صدور مجوز تبلیغات به صورت تراکت و بروشور با اعتبار یک سال مطابق دستورالعمل بلا مانع است.
- ماده ۲۸.** صدور مجوز انواع تبلیغات محیطی (منجمله بر روی تابلوهای تبلیغاتی شهری یا بیلبورد) برای بیمارستانها، مطابق مفاد دستورالعمل و با اعتبار یکساله و صرفاً در محدوده جغرافیایی شهری مجاز است.
- ماده ۲۹.** صدور مجوز انواع تبلیغات محیطی (منجمله بر روی تابلوهای تبلیغاتی شهری یا بیلبورد) برای مواد و محصولات، مطابق مفاد دستورالعمل و با اعتبار یکساله مجاز است.
- ماده ۳۰.** در مواردی که متقاضی تبلیغات قصد تأسیس سایت یا صفحه مجازی در فضای اینترنت را دارد، در قسمتی از مجوز صادره تحت عنوان "کادر محتوای ثابت"، محتوای مورد تایید کمیته تبلیغات عیناً نوشته شود. کادر محتوای ثابت شامل موارد الزامی و اختیاری موضوع مواد ۲۰ و ۲۱ می‌باشد که به تصویب کمیته تبلیغات سازمان رسیده باشد. دارنده مجوز با دریافت مجوز تبلیغات تعهد می‌نماید مندرجات کادر محتوای ثابت را در هنگام ورود به سایت یا صفحه مجازی تبلیغاتی نمایش دهد. درج کامل این محتوا در تمام قسمت‌های سایت یا اطلاعات بارگذاری شده در صفحه مجاز است ولی درج گزینشی آن ممنوع است. دارنده مجوز متعهد است در هنگام بارگذاری اطلاعات و تصاویر جدید در صفحه مفاد این دستورالعمل را رعایت نماید.
- ماده ۳۱.** در تأسیس صفحه اطلاع رسانی مجازی خدمات پزشکی، یک تصویر معرف باید در کنار کادر ثابت محتوا منتشر شود. در خصوص مطب/دفتر کار این تصویر می‌تواند تصویر تابلوی استاندارد مطب/دفتر کار یا تصویر چهره دارنده پروانه باشد. در خصوص موسسه پزشکی این تصویر می‌تواند تصویر تابلوی استاندارد موسسه یا تصویر لوگوی ثبت شده موسسه باشد.
- ماده ۳۲.** در تبلیغات فضای مجازی، اطلاع رسانی یا تبلیغات در هر نشانی غیر از نشانی مندرج در مجوز تبلیغات صادره از نظام پزشکی ممنوع است.
- ماده ۳۳.** در تبلیغات مجازی، درج نشانی (لینک) صفحات مجازی به غیر از صفحات مجوزدار صاحب مجوز تبلیغات ممنوع است.

تبصره: درج لینک صفحات رسمی دستگاه‌های کشوری یا بین‌المللی مشروط بر عدم ایجاد شائبه ارتباط صفحه تبلیغاتی با وبگاه‌های پیوند شده مجاز است. مرجع تشخیص این موضوع کمیته تبلیغات مربوطه است.

ماده ۳۴. صدور مجوز برای پوستر مجازی جهت انتشار در کانال‌ها و گروه‌های پیام‌رسان‌ها و همچنین سایت‌های مجاز بلامانع است.

ماده ۳۵. در تبلیغات فضای مجازی در صورتی که صاحب مجوز برای تولید یا بارگذاری محتوای تبلیغاتی در صفحه مجاز تبلیغاتی، از خدمات شخص حقیقی یا حقوقی دیگری بهره‌گیرد مسئولیت کلیه محتوای منتشره در صفحه مجاز تبلیغاتی متوجه صاحب مجوز است.

ماده ۳۶. هر یک از نظام پزشکی‌ها پس از صدور مجوز تبلیغات، مکلف است صفحات مجازی، تبلیغات منتشره و یا آگهی‌های درج شده در رسانه‌ها را مرتباً پیش‌نموده و در صورت تخطی از مفاد دستورالعمل، به صاحب مجوز اطلاع دهد تا نسبت به رفع آن اقدام نماید و در صورتیکه در بازه زمانی ۲ هفته اصلاحات صورت نپذیرد، مجوز توسط کمیته تبلیغات باطل شده و اقدامات لازم مطابق ماده ۴۸ صورت می‌گیرد.

ماده ۳۷. تعرفه کارشناسی و صدور مجوز تبلیغات موضوع این دستورالعمل سالانه از طرف سازمان نظام پزشکی کل پیشنهاد و توسط شورای عالی نظام پزشکی تصویب و به نظام پزشکی‌های سراسر کشور ابلاغ می‌گردد.

تبصره ۱: دریافت تعرفه صدور مجوز تبلیغات صرفاً در صورت موافقت کمیته تبلیغات صورت می‌گیرد و امکان تخفیف در تعرفه مصوب وجود نداشته و کلیه نظام پزشکی‌ها مکلف به رعایت تعرفه ابلاغی شورای عالی می‌باشند.

تبصره ۲: دریافت هزینه کارشناسی مختص بررسی درخواست مجوز تبلیغات کالاها می‌باشد.

تبصره ۳: چنانچه متقاضی همزمان قصد تبلیغات در چند رسانه یا به چند شیوه را داشته باشد بر اساس جدول تعرفه مصوب شورای عالی به ازای هر یک از ردیف‌های جدول باید مجوز جداگانه صادر و تعرفه جداگانه دریافت گردد.

ماده ۳۸. به منظور ساماندهی تبلیغات و نظارت بر حسن اجرای این دستورالعمل، هماهنگی با سایر ارگان‌ها و نهادهای رسمی کشور و رسیدگی به موارد اعتراض و ارایه پیشنهادات به دبیرخانه شورای عالی کمیته ای با ترکیب زیر تحت عنوان کمیته مرکزی تبلیغات در معاونت فنی و نظارت نظام پزشکی کل تشکیل می‌گردد:

- ۱) معاون فنی و نظارت سازمان نظام پزشکی به عنوان رییس کمیته
- ۲) دو نفر از اعضای شورای عالی نظام پزشکی
- ۳) نماینده کمیسیون تخصصی مشورتی تبلیغات شورای عالی نظام پزشکی
- ۴) مدیر کل نظارت، ارزشیابی و اعتباربخشی سازمان نظام پزشکی به عنوان دبیر کمیته
- ۵) مدیر کل صلاحیت‌های حرفه‌ای سازمان نظام پزشکی
- ۶) مدیر دبیرخانه هیات ترویج اخلاق پزشکی سازمان نظام پزشکی
- ۷) معاون انتظامی سازمان نظام پزشکی یا نماینده تام‌الاختیار وی
- ۸) کارشناس تبلیغات اداره کل نظارت و اعتباربخشی سازمان نظام پزشکی
- ۹) نماینده حقوقی سازمان نظام پزشکی کشور
- ۱۰) نماینده تام‌الاختیار سازمان صدا و سیما
- ۱۱) نماینده تام‌الاختیار معاون درمان وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی (مدیر کل مرکز نظارت و اعتباربخشی)
- ۱۲) نماینده تام‌الاختیار رئیس سازمان غذا و دارو (اداره کل نظارت)
- ۱۳) نماینده تام‌الاختیار وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی (مدیر کل تبلیغات وزارت فرهنگ و ارشاد)
- ۱۴) نماینده تام‌الاختیار وزارت کشور (مدیر کل سازمان شهرداریها و دهیاریهای کشور)

۱۵) نماینده تام‌الاختیار سازمان تعزیرات حکومتی (مدیر کل حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان)

۱۶) نماینده تام‌الاختیار رئیس پلیس فتای کشور (رئیس اداره تشخیص و پیشگیری)

تبصره: رئیس کمیته، حسب دستور جلسه مجاز است از نظر کارشناسی نمایندگان سایر ارگان‌ها جهت حضور در جلسه دعوت به عمل آورد.

ماده ۳۹. وظایف و اختیارات کمیته مرکزی تبلیغات به شرح زیر می‌باشد:

- ۱) برنامه ریزی و انجام اقدامات مورد نیاز جهت پیشبرد امور مربوط در چارچوب قانون نظام پزشکی و مصوبات شورایعالی
- ۲) ساماندهی سامانه‌های اطلاع‌رسانی و خدمات برخط سلامت
- ۳) بررسی درخواست و صدور مجوز تبلیغات مشمول این دستورالعمل درحوزه رسانه‌ای و جغرافیایی مرتبط (موضوع ماده ۴)
- ۴) نظارت بر اجرای مطلوب دستورالعمل تبلیغات در سراسر کشور
- ۵) بررسی ملاحظات منطقه‌ای، جغرافیایی، فرهنگی در سطح کشور و انعکاس پیشنهادات مربوطه به دبیرخانه شورای عالی
- ۶) بررسی و اتخاذ تصمیم در رابطه با مواردی که متقاضی تبلیغات به رأی کمیته‌های تبلیغات استانی موضوع ماده ۴۰ یا مرکز استان موضوع ماده ۴۲ اعتراض دارد.
- ۷) ابطال مجوزهای صادره توسط کمیته مرکزی تبلیغات در مواردی که دارنده مجوز از مفاد مجوز یا دستورالعمل تخطی نموده است.
- ۸) ابطال مجوزهای صادره توسط کمیته‌های استانی تبلیغات، در مواردی که صدور مجوز بر خلاف مفاد قوانین یا دستورالعمل تبلیغات سازمان صورت گرفته است.
- ۹) هماهنگی با سایر ارگانها و نهادهای رسمی کشور

ماده ۴۰. شوراهای هماهنگی نظام پزشکی استانها موظف هستند کمیته‌ای با ترکیب زیر تحت عنوان کمیته تبلیغات استانی به منظور نظارت بر اجرای مطلوب

این دستورالعمل در استان، هماهنگی با سایر ارگان‌ها و نهادهای رسمی استانی و رسیدگی به موارد اعتراض به صدور مجوز تبلیغات توسط شهرستانها (به جزء شهرستان‌های مرکز استان) و نیز ارایه پیشنهادات به کمیته مرکزی تبلیغات تشکیل دهند:

- ۱) رئیس شورای هماهنگی نظام پزشکی استان به عنوان رئیس کمیته
- ۲) معاون فنی و نظارت مرکز استان به عنوان دبیر کمیته
- ۳) سه نفر از اعضای شورای هماهنگی استان
- ۴) رئیس هیأت تجدیدنظر انتظامی استان
- ۵) کارشناس تبلیغات نظام پزشکی
- ۶) رئیس دانشگاه علوم پزشکی مرکز استان یا نماینده تام‌الاختیار وی
- ۷) معاون غذا و داروی دانشگاه مرکز استان یا نماینده تام‌الاختیار وی
- ۸) مدیر کل اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان یا نماینده تام‌الاختیار وی
- ۹) مدیر کل صدا و سیما مرکز استان یا نماینده تام‌الاختیار وی
- ۱۰) شهردار مرکز استان یا نماینده تام‌الاختیار وی
- ۱۱) رئیس پلیس فتای استان یا نماینده تام‌الاختیار وی

ماده ۴۱. وظایف و اختیارات کمیته استانی تبلیغات به شرح زیر می‌باشد:

- ۱) بررسی درخواست و صدور مجوز تبلیغات مشمول این دستورالعمل درحوزه رسانه‌ای و جغرافیایی مرتبط (موضوع ماده ۴)
- ۲) نظارت بر اجرای مطلوب دستورالعمل تبلیغات در استان

- ۳) بررسی ملاحظات منطقه‌ای، جغرافیایی، فرهنگی در سطح استان و انعکاس پیشنهادات مربوطه به کمیته مرکزی تبلیغات
- ۴) بررسی و اتخاذ تصمیم در رابطه با مواردی که متقاضی تبلیغات به رأی کمیته‌های تبلیغات شهرستانی موضوع ماده ۴۴ اعتراض دارد.
- ۵) ابطال مجوزهای صادره توسط کمیته استانی تبلیغات در مواردی که دارنده مجوز از مفاد مجوز و دستورالعمل تخطی نموده است.
- ۶) ابطال مجوزهای صادره توسط کمیته‌های تبلیغات شهرستانی مربوط، در مواردی که صدور مجوز بر خلاف مفاد قوانین یا دستورالعمل تبلیغات سازمان صورت گرفته است.

۷) هماهنگی با سایر ارگانها و نهادهای رسمی کشور

تبصره: کمیته موضوع ماده ۴۰ می‌تواند قسمتی یا تمام وظایف خود را به کمیته موضوع ماده ۴۲ تفویض نماید.

ماده ۴۲. به منظور بررسی درخواست و صدور مجوز تبلیغات در نظام پزشکی‌های مرکز استان، کمیته‌ای با ترکیب زیر تشکیل می‌گردد:

- ۱) رئیس نظام پزشکی مرکز استان به عنوان رئیس کمیته
 - ۲) معاون فنی و نظارت مرکز استان به عنوان دبیر کمیته
 - ۳) سه نفر از اعضاء هیأت مدیره به انتخاب هیأت مدیره (دو نفر به عنوان نماینده پزشکان، دندانپزشکان و داروسازان و یک نفر به عنوان نماینده گروه‌های پروانه دار مندرج در ماده ۱۲ فصل چهارم قانون سازمان نظام پزشکی)
 - ۴) معاون انتظامی نظام پزشکی مرکز استان
 - ۵) کارشناس تبلیغات نظام پزشکی مرکز استان
 - ۶) معاون درمان دانشگاه علوم پزشکی مرکز استان یا نماینده تام‌الاختیار وی
 - ۷) معاون غذا و داروی دانشگاه علوم پزشکی مرکز استان یا نماینده تام‌الاختیار وی
 - ۸) مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان یا نماینده تام‌الاختیار وی
 - ۱۲) مدیرکل صدا و سیما استان یا نماینده تام‌الاختیار وی
 - ۹) شهردار مرکز استان یا نماینده تام‌الاختیار وی
 - ۱۰) پلیس فتا مرکز استان یا نماینده تام‌الاختیار وی
- ماده ۴۳.** وظایف و اختیارات کمیته تبلیغات شهرستان مرکز استان به شرح زیر می‌باشد:

- ۱) بررسی درخواست و صدور مجوز تبلیغات مشمول این دستورالعمل در حوزه رسانه‌ای و جغرافیایی مرتبط (موضوع ماده ۴)
- ۲) نظارت بر اجرای مطلوب دستورالعمل تبلیغات در سطح شهرستان
- ۳) بررسی ملاحظات بومی، منطقه‌ای، جغرافیایی، فرهنگی در سطح شهرستان و انعکاس پیشنهادات مربوطه به کمیته استانی تبلیغات
- ۴) هماهنگی با سایر ارگانها و نهادهای رسمی شهرستان
- ۵) ابطال مجوزهای صادره توسط کمیته تبلیغات مرکز استان در مواردی که دارنده مجوز از مفاد مجوز و دستورالعمل تخطی نموده است.

ماده ۴۴. در نظام پزشکی‌های سایر شهرستان‌های استان، ترکیب کمیته به شرح زیر خواهد بود:

- ۱) رئیس نظام پزشکی شهرستان به عنوان رئیس کمیته تبلیغات شهرستان
- ۲) دادستان انتظامی شهرستان
- ۳) سه نفر از اعضاء هیأت مدیره به انتخاب هیأت مدیره (دو نفر به عنوان نماینده پزشکان، دندانپزشکان و داروسازان و یک نفر به عنوان نماینده گروه‌های پروانه دار گروه‌های مندرج در ماده ۱۱ فصل چهارم قانون سازمان نظام پزشکی)
- ۴) کارشناس تبلیغات شهرستان به عنوان دبیر

- (۵) مدیر شبکه بهداشت و درمان شهرستان یا نماینده تام الاختیار وی
- (۶) رئیس اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی یا نماینده تام الاختیار وی
- (۷) شهردار مرکز شهرستان یا نماینده تام الاختیار وی
- تبصره: روسای هر یک از کمیته ها می توانند حسب مورد از نمایندگان ارگان ها و دستگاه های ذیربط جهت شرکت در کمیته بدون حق رأی دعوت بعمل آورند.

ماده ۴۵. وظایف و اختیارات کمیته تبلیغات شهرستانی به شرح زیر می باشد:

- (۱) نظارت بر اجرای مطلوب دستورالعمل تبلیغات در سطح شهرستان
- (۲) بررسی ملاحظات بومی، منطقه ای، جغرافیایی، فرهنگی در سطح شهرستان و انعکاس پیشنهادات مربوط به کمیته استانی تبلیغات
- (۳) هماهنگی با سایر ارگان ها و نهادهای رسمی شهرستان
- (۴) بررسی درخواستها و صدور مجوز تبلیغات
- (۵) ابطال مجوزهای صادره توسط کمیته تبلیغات شهرستان در مواردی که دارنده مجوز از مفاد مجوز و دستورالعمل تخطی نموده است.
- ماده ۴۶.** چنانچه علیرغم دعوت رئیس نظام پزشکی جهت تشکیل کمیته تبلیغات مربوط، ظرف مدت ۱۴ روز جلسه کمیته برگزار نشود، رئیس نظام پزشکی موظف است با رعایت مفاد این دستورالعمل نسبت به بررسی و صدور مجوزهای تبلیغات درخواستی اقدام نماید. انجام پیگیری های لازم جهت تشکیل کمیته کماکان بر عهده رئیس نظام پزشکی خواهد بود. کلیه مجوزهای صادره می بایست در اولین جلسه کمیته به استحضار اعضاء کمیته برسد.

ماده ۴۷. چنانچه متقاضی نسبت به رای کمیته شهرستان یا استان (یا عدم صدور رای در بازه زمانی یک ماهه) اعتراض داشته باشد می تواند اعتراض مکتوب خود را به کمیته تبلیغات مربوطه تسلیم نماید. کمیته دریافت کننده اعتراض مکلف است پس از ثبت اعتراض در دبیرخانه و ارایه رسید حاوی شماره و تاریخ، اعتراض را به همراه مستندات بررسی درخواست مجوز به کمیته تبلیغات مقصد (استانی، کشوری) ارسال نماید تا در کمیته بررسی گردد.

ماده ۴۸. تخلف هر یک از رسانه ها و جایگاه های اطلاع رسانی و تبلیغاتی متعلق به اشخاص حقیقی یا حقوقی اعم از دستگاه های دولتی، عمومی، خصوصی و نهادها؛ تبلیغ کنندگان بدون مجوز، تبلیغ کنندگان مجوز داری که از حدود مندرج در مجوز یا مفاد دستورالعمل تخطی نموده اند، با گزارش و یا طرح شکایت سازمان نظام پزشکی در مراجع نظارتی، قضایی یا انتظامی مورد رسیدگی قرار می گیرند. مسئول گزارش یا طرح شکایت رئیس کمیته تبلیغات مرتبط می باشد.

تبصره: تخلفات تبلیغاتی اعضاء جامعه پزشکی در هیأت های انتظامی سازمان نظام پزشکی و در صورت نیاز در مراجع قضایی مورد رسیدگی قرار خواهد گرفت.

ماده ۴۹. از زمان ابلاغ این دستورالعمل کلیه ضوابط و مستندات قبلی مصوب سازمان نظام پزشکی در خصوص تبلیغات و انتشار آگهی های دارویی، مواد خوراکی، آشامیدنی، آرایشی، بهداشتی، اطلاع رسانی امور پزشکی ملغی می گردد.

ماده ۵۰. این دستورالعمل مشتمل بر ۵۰ ماده و ۱۳ تبصره در تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۰۱ طی مصوبه شماره یک چهل و هشتمین جلسه شورای عالی سازمان نظام پزشکی و اصلاحیه مصوبه شماره چهار بیست و ششمین جلسه شورای عالی دوره هشتم مورخ ۱۴۰۱/۱۱/۲۷ به تصویب رسیده و از تاریخ ابلاغ لازم الاجراست.