



چک لیست کشوری کارشناسی محتوای تبلیغات مطب/دفتر کار

ویژه نظام پزشکی های سراسر کشور - آبان ۱۴۰۳

همکار ارجمند، قبل از ارسال درخواست مجوز تبلیغات خواهشمند است محتوای تبلیغات کلیه بخش های صفحه فضای مجازی معرفی شده را بررسی و با دستورالعمل مطابقت داده شود. همچنین محتوای ورود به فضای مجازی و نمونه تبلیغات چاپی و غیره را با چک لیست زیر تطبیق دهید:

- ۱ ☐ صفحه مجازی معرفی شده صرفاً در زمینه **ارایه خدمات پزشکی و حرف پزشکی** است و شامل فعالیت های غیربالینی نیست.
- ۲ ☐ **نام و نام خانوادگی و شماره نظام پزشکی** قیده شده در تبلیغات با مندرجات پروانه طبابت/دفتر کار انطباق دارد.
- ۳ ☐ عنوان درج شده در تبلیغات با **بالاترین عنوان مندرج در پروانه** انطباق دارد (برای کلیه رشته های مقطع فلوشیپ درج تمامی عناوین مندرج در پروانه در تبلیغات الزامی و برای سایر رشته ها و مقاطع، درج بالاترین عنوان مندرج در پروانه الزامی بوده و درج سایر عناوین مندرج در پروانه اختیاری است).
- ۴ ☐ **نشانی محل ارایه خدمات درمانی به همراه نام شهر و تلفن ثابت** به همراه پیش شماره تلفن/دفتر کار در محتوا درج شده است.
- ۵ ☐ **شناسه پیج یا نشانی وبسایت، واجد مشخصات فردی متقاضی** است (در تبلیغات فضای مجازی).
- ۶ ☐ **خدمات براساس بالاترین عنوان مندرج در پروانه و منطبق با صلاحیت حرفه ای** ارایه دهنده خدمات درمانی است.
- ۷ ☐ **"فیلدهای سامانه تبلیغات"** متناسب با **"نمونه تبلیغات"** تکمیل گردد (بعنوان مصداق؛ اگر در تراکت معرفی شده، نوع خدمت دیابت درج شده است، در فیلد خدمات موجود در سامانه تبلیغات نیز دیابت قید شود).
- ۸ ☐ **ساعات و ایام پذیرش بیمار، نشانی پست الکترونیک و بیمه های طرف قرارداد** درج شده است. (اختیاری)
- ۹ ☐ **رتبه رسمی علمی (بورد/دانشنامه) با مندرجات پروانه طبابت** انطباق دارد. (اختیاری)
- ۱۰ ☐ خدمات مجاز قید شده در تبلیغات با **قلم مساوی یا کوچکتر** از مشخصات متقاضی و آخرین عنوان مندرج در پروانه و **حداکثر ۵ مورد** است. (اختیاری)
- ۱۱ ☐ در صورتی که نشانی صفحات مجازی در تبلیغات به کار رفته است، **قبلاً مجوز تبلیغات** نظام پزشکی برای آن صفحات صادر شده باشد. (اختیاری)
- ۱۲ ☐ برای مطب/دفتر کار **نامگذاری انجام نشده است** (غیرمجاز).
- ۱۳ ☐ عبارات **مرکز تخصصی، مرکز، کلینیک**، پلی کلینیک و غیره در تبلیغات بکار نرفته است.
- ۱۴ ☐ عضویت در **انجمن ها و سایر تشکلهای خارج** از کشور در تبلیغات بکار نرفته است.
- ۱۵ ☐ **عناوین غیربالینی** در تبلیغات مطب/دفتر کار بکار نرفته است.
- ۱۶ ☐ **لوگو یا علامت تجاری** برای مطب/دفتر کار درج نشده است.
- ۱۷ ☐ عنوان **زیبایی** در تبلیغات درج نشده است.
- ۱۸ ☐ **تصاویر بیماران** در تبلیغات بکار نرفته است.
- ۱۹ ☐ **لوگو، برند تجهیزات و مواد مصرفی** در محتوای تبلیغات بکار نرفته است.
- ۲۰ ☐ پوشش حرفه ای در تبلیغات رعایت شده است. طبق ماده ۱۱۱ «راهنمای عمومی اخلاق حرفه ای شاغلین حرف پزشکی و وابسته های سازمان نظام پزشکی جمهوری اسلامی ایران»
مواردی که در تکمیل فیلدهای مربوط به سامانه تبلیغات رعایت شود:
- ۲۱ ☐ نشانی صفحه مجازی معرفی شده به صورت لینک است و قابلیت اتصال به صفحه مجازی شما را دارد.
- ۲۲ ☐ فیلدهای سامانه تبلیغات مطابق با محتوای ورود به فضای مجازی و نمونه تبلیغات چاپی و غیره تکمیل شده است.
- ۲۳ ☐ اطلاعات مربوط به نشانی مطب/دفتر کار و شماره تماس ثابت به همراه پیش شماره در میزکاری بخش اطلاعات ویرایش نشانی به درستی وارد شده است.

■ جهت کسب اطلاعات بیشتر و سایر موارد به "دستورالعمل نحوه اطلاع رسانی امور پزشکی، تبلیغات و انتشار آگهی های دارویی، مواد خوراکی، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی" مراجعه فرمایید.

تهیه و تنظیم: دبیرخانه کمیته مرکزی تبلیغات