

КОДЕКС ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ПРОДУКЦИИ
CODE OF PROMOTION

Представительство АО

**“КРКА, фармацевтический завод, д.д., Ново место” в Армении (в
дальнейшем: "Представительство")**

**Representative office of the JSC “KRKA, pharmaceutical company, d.d.,
Novo mesto” in Armenia(hereinafter referred to as “RO”)**

1. CONTENT OF CODE OF PROMOTION <i>Representative office of the JSC "KRKA, pharmaceutical company, d.d., Novo mesto" in Armenia (hereinafter referred to as "RO")</i> 1.1. Introduction This RO's <i>Code of Promotion</i> (hereinafter: 'RO's <i>Code of Promotion</i>' or 'the <i>Code</i>') defines activities relating to promotional and non-promotional activities carried out by the RO in marketing of KRKA's medicinal products. In its marketing activities, RO should comply with the RA laws and regulations, and with the current European, international and national codes on promotion and marketing of medicinal products. The provisions of this <i>Code</i> will be interpreted and implemented in accordance with all applicable rules. The <i>Code</i> determines requirements regarding RO marketing activities and promotion of medicinal products as well as interactions with the healthcare community (including but not limited to healthcare professionals, healthcare organisations, patients, and patient organisations). RO may also adopt more specific and detailed internal rules relating to issues defined in the <i>Code</i>. By adopting this <i>Code</i>, RO demonstrates its commitment to ethical standards in its marketing activities relating to medicinal products, and its commitment to the Company's core values of integrity, transparency, mutual respect, collaboration and accountability. The <i>Code</i> applies to and provides guidance for RO Krka employees when they promote products, or give information about prescription-only medicinal products.	1. СОДЕРЖАНИЕ КОДЕКСА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ПРОДУКЦИИ Представительство АО "КРКА, фармацевтический завод, д.д., Ново место") в Армении (в дальнейшем: Представительство) 1.1. Введение Данный <i>Кодекс Представительства по продвижению продукции</i> (в дальнейшем: «<i>Кодекс Представительства</i>» или «<i>Кодекс</i>») определяет деятельность, касающуюся всех мероприятий по продвижению лекарственных препаратов КРКИ. Представительство должно проводить свою маркетинговую деятельность в соответствии с законами РА и постановлениями, а также в соответствии с действующими европейскими, международными и национальными правилами по продвижению и маркетингу лекарственных препаратов. Положения данного <i>Кодекса</i> объясняются и внедряются в соответствии со всеми действующими правилами. <i>Кодекс</i> устанавливает требования в отношении маркетинговой деятельности Представительства, и продвижения лекарственных препаратов, включая вопросы взаимодействия с медицинским сообществом (включая, но не ограничивая специалистов здравоохранения, организаций здравоохранения, пациентов). Представительство может также принять более конкретные и подробные внутренние правила, касающиеся вопросов, определенных в <i>Кодексе</i>. Принятием данного <i>Кодекса</i> Представительство демонстрирует приверженность этическим нормам в своей маркетинговой деятельности, связанной с лекарственными препаратами, и свою приверженность основным ценностям Представительства таким как целостность, транспарентность, взаимное уважение, сотрудничество и ответственность. <i>Кодекс</i> используется и служит руководством сотрудникам Представительства в Армении при продвижении препаратов или предоставлении информации о лекарственных препаратах.
--	--

The principles set forth in the <i>Code</i> are mandatory. 1.2.Definitions Frequently used terms refer to the following: RO Krka refers to Representative Office KRKA, pharmaceutical company d.d. Novo Mesto in Armenia Krka or Company refers to KRKA, tovarna zdravil, d. d., Novo mesto, its representative offices, and all its wholly owned subsidiaries. The Code refers to <i>RO Krka's Code of promotion</i>. Product refers to prescription-and non prescription medicinal products. Applicable rules refer to national laws and regulations, industry codes and guidelines relating to the promotion of medicinal products (e.g. RA Law on Medicines etc.) and Krka's internal rules (e.g. the <i>Krka's Code of Conduct, Rules on fraud prevention, detection and investigation</i>, etc.). If national laws in Armenia impose more stringent requirements, RO must comply with those. Healthcare professional (HCP) refers to a natural person who is a doctor, a member of medical, dental, pharmacy, or nursing professions, or any other person who may prescribe, purchase, supply, recommend, or administer a medicinal product. The definition 'healthcare professional' refers to: (i) an official or employee of a governmental agency, or another organization that may prescribe, dispense, purchase or administer medicinal products (ii) an employee of a pharmaceutical company whose primary occupation is that of a practicing healthcare professional. The definition of a healthcare professional does not refer to an employee of a pharmaceutical company, a wholesaler, or a distributor of medicinal products. Healthcare organisation (HCO) refers to an entity (i) that is a healthcare, medical or scientific	Правила, изложенные в Кодексе, являются обязательными. 1.2 Определения Часто используемые термины: Представительство это Представительство АО "КРКА, фармацевтический завод, д.д., Ново место" в Армении КРКА и это фармацевтический завод КРКА, д.д., Ново место, ее зависимые общества и представительства; Кодекс означает <i>Кодекс Представительства КРКА по продвижению продукции</i>; Препарат означает рецептурные и без рецептурные препараты; Применимые правила означают национальные законы и постановления, отраслевые кодексы и руководства, относящиеся к продвижению лекарственных препаратов (т.е. Закон РА о Лекарственных Средствах и т.д.) и внутренние правила компании КРКА (т.е. <i>Кодекс поведения компании КРКА, Правила предупреждения, выявления и расследования мошенничества</i>, и т.д.). Если законодательство Республики Армении предъявляет более жесткие требования, Представительство должна их соблюдать. Специалист здравоохранения (СЗ) – это физическое лицо, которое является врачом, другим медицинским работником, работником стоматологической, фармацевтической или сестринской сфер, или любое другое лицо, которое имеет право назначать, покупать, поставлять, рекомендовать или применять лекарственное средство. Определение «специалист здравоохранения» означает: (i) должностное лицо или сотрудника государственного органа или другой организации, которые могут выписывать, отпускать, покупать или назначать лекарственные препараты (ii) работника фармацевтической компании, основной деятельностью которого является практика специалиста здравоохранения. Определение «специалист здравоохранения» не означает сотрудника фармацевтической компании, оптовика или дистрибьютора лекарственных препаратов. Организация здравоохранения (ОЗ) - это юридическое лицо, (i) которое является медицинским
--	--

organisation (irrespective of the legal and organisational form), e.g. a hospital, clinic, foundation, university, or other teaching institution or learned society or (ii) through which one or more healthcare professionals provide healthcare services. The definition of a healthcare organisation does not include a wholesaler, distributor, and similar commercial intermediary.

Patient organisation refers to a not-for-profit organisation, which is patient-focused and is mainly composed of patients, and/or caregivers that represent and/or support the needs of patients and/or caregivers.

Promotion/Promotional refers to marketing of prescription-only medicinal products that includes any form of door-to-door information, canvassing activity, or inducement designed to promote the prescription, supply, recommendation, sale, or consumption of medicinal-only products, in particular:

1. Advertising of medicinal products to healthcare professionals,
2. Calls of medical representatives on healthcare professionals,
3. Organisation of professional and promotional meetings attended by healthcare professionals,
4. Support and/or sponsorship of scientific congresses and other professional meetings for healthcare professionals,
5. Support of healthcare professional attendance at scientific congresses and other professional meetings.

Promotional material refers to any material in a hard copy (brochure, leaflet, mailing etc.) or electronic form (presentation, video, e-brochure, e-mailing, etc.) intended for the promotion of a product(s). The promotional material may include information about the product, its therapeutic use, information about clinical experiences with a product, and comparisons with other treatment options. It may also include information about the price and reimbursement of the product.

1.3.General principles

1.3.1. The basis of interaction with healthcare professionals

или научным учреждением (независимо от юридической и организационной структуры), например, больница, клиника, фонды, университет или другое учебное заведение или научное общество или (ii) через которое один или несколько специалистов здравоохранения оказывают медицинские услуги. Определение «организация здравоохранения» не включает оптовика, дистрибьютора или подобного коммерческого посредника.

Ассоциация пациентов означает некоммерческую организацию, ориентированную на пациентов и в основном состоящую из пациентов и/или лиц, осуществляющих уход за ними, которые представляют и/или поддерживают потребности пациентов и/или лиц, осуществляющих уход за ними.

Продвижение/реклама означает маркетинг лекарственных препаратов, включающий любую форму прямого предоставления информации медицинскими представителями, проведение опросов населения или побуждение к назначению, поставке, рекомендации, продажи или потреблению лекарственных препаратов, а именно:

1. реклама лекарственных препаратов для специалистов здравоохранения,
2. визиты медицинских представителей к специалистам здравоохранения,
3. организация профессиональных и рекламных мероприятий с участием специалистов здравоохранения,
4. предоставление поддержки и/или спонсорство научных конгрессов и других профессиональных мероприятий с участием специалистов здравоохранения,
5. поддержка участия специалистов здравоохранения в научных конгрессах и в других профессиональных мероприятиях.

Рекламный материал любой материал в печатной форме (брошюра, листовка, рассылка и т.д.) или электронной форме (презентация, видео, е-брошюра, е-рассылка и т.д.), предназначенный для продвижения продукции. Рекламный материал может включать информацию о препарате, его терапевтическом применении и его клиническом опыте, а также сравнения с другими способами лечения. Материал также может включать информацию о цене и возмещении препарата.

1.3 Общие принципы

1.3.1 Основы взаимодействия компании со специалистами здравоохранения

In accordance with Krka's mission, 'Living a healthy life' RO's relationship with healthcare professionals is intended to benefit patients, to advance the practice of medicine and promote dissemination of the medical knowledge and experience. Interactions are focused on promoting to and informing healthcare professionals about therapeutic areas, products, features, indications providing scientific and educational information.

RO provides healthcare professionals with the latest up-to-date scientific medical and pharmaceutical knowledge and with up-to-date objective information on products and treatment options and supports any such efforts and activities of healthcare society thus giving healthcare professionals an adequate basis for confident decisions about the best treatment options which are in favour of and to the benefit of the patients.

Nothing may be offered or provided in a manner or under condition that would influence a healthcare professional's independent decisions inappropriately. No financial benefit or benefit-in-kind must be offered or provided (even if asked for) to a healthcare professional in exchange for prescribing, recommending, purchasing, supplying or administering products, or for a commitment to continue to do so.

1.3.2. Appropriate use

Promotion should encourage an appropriate use of products by presenting them objectively, without exaggerating their properties, and in accordance with the approved national Summary of Product Characteristics (SmPC). In order to achieve this, RO's medical representatives only use approved up-to-date standardised promotional materials for the products and therapeutic areas they promote. Additionally, they can also present Summary of Products Characteristic (SmPC) for all products in promotion (mandatory if requested by a healthcare professional).

1.4. Standards of promotion

RO maintains ethical standards in promotion at all times. Promotion must be objective and balanced. Promotion must never bring discredit

В соответствии с миссией компании КРКА «Во имя здорового образа жизни», взаимодействие Представительства со специалистами здравоохранения должно быть направлено на принесение пользы пациентам, совершенствование медицинской практики и стимулирование распространения медицинских знаний и опыта. Взаимодействие направлено на продвижение препаратов и ознакомление специалистов здравоохранения с терапевтическими группами, лекарственными препаратами, свойствами и показаниями посредством предоставления информации научного и учебного характера. Представительство обеспечивает специалистов здравоохранения актуальными научными медицинскими и фармацевтическими знаниями и актуальной объективной информацией о препаратах и способах лечения, и поддерживает любые такие усилия и активности медицинского сообщества, предоставляя специалистам здравоохранения соответствующие данные для принятия решения об оптимальном способе лечения пациентов.

Ничего не следует предлагать или предоставлять таким образом или при таком условии, что могло бы иметь влияние на независимое решение специалиста здравоохранения. Не допускается предлагать или предоставлять (даже в случае запроса) специалистам здравоохранения финансовую выгоду или вознаграждение в любой форме за назначение, рекомендацию, покупку, поставку или применение препаратов или за обещание продолжать делать это и в будущем.

1.3.2 Надлежащее применение

Продвижение должно способствовать надлежащему применению лекарственных препаратов посредством объективного представления данных о них без преувеличения их свойств и в соответствии с утвержденной Инструкцией по медицинскому применению лекарственного препарата. Чтобы достичь этого, медицинские представители Представительства используют только одобренные последние стандартизированные рекламные материалы для продвигаемых препаратов и терапевтических групп. Дополнительно, они могут также предоставлять Инструкцию по медицинскому применению по продвигаемым препаратам (обязательно по запросу специалиста здравоохранения).

1.4 Стандарты продвижения препаратов

Представительство соблюдает этические стандарты на всех этапах продвижения препаратов. Продвижение должно быть объективным и

upon, or reduce confidence in the RO and in the pharmaceutical industry in general. Promotion must always recognise special nature of products and the professional standing of the recipient(s). Promotion must never be done in a way likely to cause offence.

1.5. Transparency of promotion

RO does not do any form of disguised promotion.

The RO recognizes the importance of transparency in relations and interactions between the RO and the healthcare community. Accordingly, Krka discloses value transfers to healthcare professionals, healthcare organisations, and patient organisations in accordance with the adopted standards.

1.6. Products

1.6.1. Promoted products

Only products with granted marketing authorisations can be promoted. Products are promoted only within the scope of approved indications and other particulars listed in the approved Summary of Product Characteristics.

Rational use of products is promoted by presenting the products objectively and without exaggerating their properties.

1.7. Audience

1.7.1. Healthcare professionals

Promotion of products is aimed at healthcare professionals only. Any data on healthcare professionals acquired during promotional activities are handled in accordance with applicable rules relating to personal data protection. Mailings, e-mails or other messages as part of promotional activities can be sent only to recipients who have given their prior consent or upon their request. Recipients can at any time withdraw their consent, and they will be immediately withdrawn from all the mailing lists

сбалансированным. Продвижение никогда не должно дискредитировать или снижать уровень доверия к Представительству и фармацевтической промышленности в целом. В процессе продвижения всегда следует учитывать особый характер препаратов и профессиональное положение получателя(ей). Продвижение никогда не должно приводить к причинению вреда.

1.5 Транспарентность продвижения

Деятельность Представительства по продвижению не должна быть скрытой.

Представительство Представительство осознает важность транспарентности в отношениях и взаимодействиях между Представительством и медицинским сообществом. С учетом этого, KRKA Представительство готова раскрыть информацию о передаче ценностей специалистам здравоохранения, организациям здравоохранения и ассоциациям пациентов в соответствии с применимыми стандартами.

1.6 Лекарственные препараты

1.6.1 Продвигаемые препараты

Продвижению подлежат только зарегистрированные лекарственные препараты. Лекарственные препараты продвигаются только в рамках утвержденных показаний к применению и других особенностей, перечисленных в утвержденной Инструкции по медицинскому применению лекарственного препарата.

Рациональное применение лекарственных препаратов продвигается посредством объективного представления данных, не преувеличивая их особенности.

1.7 Целевая аудитория

1.7.1 Специалисты здравоохранения

Продвижение лекарственных препаратов направлено только на специалистов здравоохранения. Любые данные о специалистах здравоохранения, полученные в ходе продвижения препаратов, рассматриваются в соответствии с применимыми правилами, касающимися защиты персональных данных. Рассылки, электронные сообщения или любые другие сообщения как инструменты продвижения препаратов, направляются только тем получателям, которые предварительно дали согласие на получение таких сообщений или по их запросу.

of the RO. Their respective personal data (e-mail addresses, mobile phone numbers) will be deleted.

Attendance of healthcare professionals at scientific congresses and other professional events organised by a third party can be supported only upon a prior request of a healthcare professional for such support.

1.7.2. General public or patients

In accordance with our mission 'Living a healthy life' RO can support educational programmes conducted to satisfy increasing demands of the community for scientific information and increase public knowledge concerning healthcare, prevention of diseases, signs and symptoms of diseases, and available methods of treatment. Such activities and programmes are designed and implemented in accordance with the highest standards, and support the role of healthcare givers. Information for the common public can be very general, about a certain disease. It must be objective, not misleading, and void of any elements of product promotion. Within the scope of such communication, the RO may provide the common public or patients with general leaflets and brochures containing information on diseases, treatment and health. The information presented in brochures is non-promotional and no names of products are given.

When individual members of the common public (patients) address requests for advice on personal medical matters to the RO, the enquirer is advised to consult a healthcare professional. The RO only offers information about its products and the proper use of its products.

1.8. Promotional materials

Promotional materials, including their content and graphics, are prepared in such a manner that they do not induce ambiguity about the product,

Получатели могут в любое время отозвать свое согласие на дальнейшее получение сообщений и они будут немедленно исключены из списка постоянных адресатов Представительства. Их соответствующие персональные данные (адреса электронной почты, номера телефонов) будут удалены.

Поддержка участия специалистов здравоохранения в научных конгрессах и других профессиональных мероприятиях, организуемых третьей стороной, может обеспечиваться только по предварительному запросу специалиста здравоохранения.

1.7.2. Общественность или пациенты

В соответствии с нашей миссией «Во имя здорового образа жизни», Представительство может обеспечивать поддержку различных программ обучения, проводимых с целью удовлетворения растущей потребности общества в научной информации и повышения осведомленности общества о здравоохранении, профилактике заболеваний, признаках и симптомах заболеваний и о доступных методах лечения. Такие активности и программы организуются и проводятся в соответствии с высокими стандартами и поддерживают важную роль специалистов здравоохранения. Информация, представляемая широкой общественности, может носить общий характер, например информация об определенном заболевании, поэтому она должна быть объективной и не должна вводить в заблуждение или содержать любой элемент продвижения препаратов. В рамках такой коммуникации, Представительство может предоставить широкой общественности или пациентам листовки и брошюры нерекламного характера, содержащие информацию о заболеваниях, способах лечения и здоровье. Вся информация, представленная в брошюрах, не имеет рекламного характера и не содержит названия лекарственных препаратов.

В случае запросов, поступающих от общественности (пациентов) в адрес Представительство по личным медицинским вопросам, дается рекомендация проконсультироваться со специалистом здравоохранения. Представительство предоставляет только информацию о своих препаратах и их правильном применении.

1.8 Рекламные материалы

Рекламные материалы, включая их содержание и графические элементы, должны быть подготовлены таким образом, чтобы не содержать никаких

the marketing authorisation holder or producer, and do not imitate elements used by other companies. On all products or other promotional materials, the Company title must be presented as a clearly visible Company logo or a Company banner. In addition to the Company title, all promotional materials must also contain a complete contact address of RO Promotional materials relating to products and their uses and therapeutic areas must be prepared in accordance with the current SmPC and compliant with all applicable rules. 1.8.1. <i>Declarations and substantiation of promotion</i> Information, declarations and graphic representations must be accurate, balanced, fair, objective and sufficiently complete to enable the recipients to form their own opinion of the therapeutic value of the product concerned. They must not mislead by distortion, exaggeration, undue emphasis, omission, or in any other way. They must be based on an up-to-date evaluation of all relevant evidence from medical and scientific literature. Unsubstantiated superlatives, declarations like 'product causes no adverse reactions/toxic hazards' or 'risks of addiction/dependency' must not be used. The term 'new' must not be used longer than for 12 months since the product was launched on a particular market. Quotations from medical and scientific literature or from personal communications must be faithfully reproduced (except where adaptation or modification is required in order to comply with any other applicable rules, in which case it must be clearly stated that the quotation has been adapted and/or modified) and the precise sources identified. References to the literature used in promotion must be clearly stated. RO will provide corresponding literature or unpublished data ('Data on file') if so permitted by national legislation, whenever required from healthcare professionals, promptly upon request, otherwise only data from SmPC are used.	неясностей о препарате, владельце регистрационного удостоверения или производителе, и не должны повторять элементов, используемых другими компаниями. На продукции или на всех рекламных материалах, название КРКИ, должно быть четко представлено товарным знаком. Наряду с названием КРКИ, все рекламные материалы должны также содержать полный контактный адрес Представительства. Рекламные материалы, содержащие информацию о препаратах, их применении и терапевтических группах, должны быть подготовлены в соответствии с действующей инструкцией по медицинскому применению лекарственного препарата и отвечают требованиям действующих правил. 1.8.1 <i>Утверждения и обоснование продвижения</i> Информация, объявления и графические изображения должны быть точными, взвешенными, объективными и достаточно полными, чтобы у их адресата могло сформироваться собственное мнение о терапевтической ценности лекарственного препарата, о котором идет речь. Они не должны вводить в заблуждение путем искажения, преувеличения, чрезмерного подчеркивания, удаления и/или любого другого способа. Они должны быть основаны на последней оценке всех актуальных доказательств из медицинской и научной литературы. Необоснованные преувеличения и заявления такие как «прием препарата не вызывает нежелательных реакций/токсичности» или «риск развития зависимости» нельзя использовать. Использование слова «новый» в определенной стране ограничивается сроком в двенадцать месяцев с момента лонча препарата на отдельный рынок. Цитаты из медицинской и научной литературы или из личной коммуникации должны использоваться точно (за исключением случаев, когда требуется адаптация или модификация для того, чтобы привести в соответствие с другими применимыми правилами - в таком случае следует четко указать, что цитата была адаптирована и/или модифицирована), с ссылкой на источник данных. Ссылки на используемую литературу следует правильно оформлять. Представительство предоставляет соответствующую литературу или неопубликованные данные (Данные из архива) в соответствии с национальным законодательством, когда они требуются специалистам здравоохранения, по первому требованию, в другом случае используются только данные инструкции по медицинскому применению лекарственного препарата.
--	--

1.8.2. Comparisons with other products

If comparisons with other products are made in promotion, such comparisons must be based on relevant data and in accordance with SmPCs of all the products mentioned. When comparative data are used, they must be factual, objective and justifiable with reference to their source. For comparisons, only relevant, substantial and verifiable aspects are used. Comparisons must be presented without distortion of data and so that they are not misleading

1.8.3. Approval of promotional materials

Promotional materials are verified and approved on a country level by country management in accordance with internal RO procedures, which are designed to ensure that all promotional materials comply with the applicable rules as well as with the current Summary of Product Characteristics. Individual medical representatives cannot prepare their own promotional materials and all promotional materials are prepared by competent departments in accordance with internal RO procedures.

1.8.4 Informational or educational materials, items of medical utility and inexpensive gifts

No informational or educational material, item of medical utility, inexpensive gift, or benefit in-kind may be supplied, offered or promised to a healthcare professional as an inducement to recommend, prescribe, purchase, supply, sell or administer a prescription-only medicinal product. Informational or educational materials, items of medical utility, pecuniary advantages, or benefits in-kind may be offered and/or supplied to healthcare professionals to whom the products are promoted only if they are of symbolic value (inexpensive), relevant to the practice of medicine, and if this is in accordance with laws in RA.

1.8.2 Сравнение с другими лекарственными препаратами

Если при продвижении препаратов используются сравнения с другими лекарственными препаратами, эти сравнения должны основываться на определенных данных и в соответствии с Инструкциями по медицинскому применению всех упомянутых препаратов. Используемые сравнительные данные должны быть основаны на фактах и законах, они должны быть объективными со ссылкой на источник данных. Для сравнения следует использовать только актуальные, существенные аспекты, которые можно проверить. Результаты сравнения следует представить без искажения данных и таким образом, чтобы они не ввели в заблуждение.

1.8.3 Утверждение рекламных материалов

Рекламные материалы проверяются и утверждаются руководителями на уровне страны в соответствии с внутренними правилами Представительства которые предназначены для того, чтобы обеспечить соответствие всех рекламных материалов применимым правилам и действующим Инструкциям по медицинскому применению лекарственных препаратов. Медицинским представителям не разрешается самостоятельно готовить рекламные материалы, так как все рекламные материалы подготовлены компетентными службами в соответствии с внутренними правилами Представительства.

1.8.4 Информационные или учебные материалы, предметы медицинского назначения и подарки незначительной стоимости

Информационные или учебные материалы, предметы медицинского назначения, подарки незначительной стоимости или вознаграждения в любой форме нельзя предоставлять, предлагать или обещать специалистам здравоохранения в качестве побуждения к рекомендации, назначению, покупке, поставке, продаже или применению рецептурного лекарственного препарата. Информационные или учебные материалы, предметы медицинского назначения, денежные вознаграждения или вознаграждения в любой форме можно предлагать и/или предоставлять специалистам здравоохранения, на которых направлено продвижение, но только если они имеют символическую ценность (не имеют большой материальной ценности), и имеют

Informational or educational materials, items of medical utility, and inexpensive gifts can bear only the name and logo of the Company and the name of a product and/or its international non-proprietary name or brand name. The purpose of the materials is to remind HCPs about the products (the so-called brand reminders).

1.9. Marketing staff

1.9.1 Education

The RO medical representatives, including the representatives engaged under a contract with a third party, who call on healthcare professionals in connection with the promotion of the Company's products, must be properly trained and have sufficient scientific knowledge to be able to provide accurate and complete information about the products they promote. This is ensured by a regular periodic training system for all medical representatives who are trained about the applicable rules.

1.9.2 Individual calls

Medical representatives must work in a professional, responsible and ethical manner. At each call, they must provide healthcare professionals with a Summary of Product Characteristics, or they must at least have it available upon request for each product that they present. Medical representatives should ensure that the frequency, timing and duration of calls to healthcare professionals, together with the manner in which they are made, do not cause any inconvenience. Medical representatives must not use any inducement or deception to gain a call. On a call, or when seeking an appointment for a call, medical representatives must, from the outset, take reasonable steps to ensure that they do not mislead as to their identity or that of the company they represent.

отношение к медицинской практике, и если это в соответствии с законами РА.

Информационные или учебные материалы, предметы медицинского назначения и подарки небольшой стоимости могут содержать только название и товарный знак компании и название препарата и/или его международное непатентованное название. Цель материалов - это напоминание специалистам здравоохранения о препарате (т.н. напоминание о бренде).

1.9 Сотрудники маркетинга

1.9.1 Обучение

Медицинские представители Представительства, включая представителей, работающих в рамках контракта с третьим лицом, и взаимодействующих специалистов здравоохранения в связи с продвижением препаратов Компании, должны иметь достаточную подготовку и обладать необходимыми научными знаниями, чтобы предоставлять точную и полную информацию о продвигаемых лекарственных препаратах. Это обеспечивается с помощью системы регулярного обучения всех медицинских представителей, которые проходят тренинги в области всех применимых правил.

1.9.2 Индивидуальные визиты (личные и дистанционные)

Медицинские представители должны выполнять свою работу профессионально, ответственно и этично. На каждом визите они должны предоставить инструкцию по медицинскому применению лекарственного препарата по запросу специалиста здравоохранения или хотя бы иметь ее в наличии, предоставлять всю необходимую для каждого продвигаемого ими препарата. Медицинские представители должны позаботиться о том, чтобы частота, время проведения и продолжительность визитов к специалисту здравоохранения, а также манера проведения визита, не вызывали неудобства. Медицинскому представителю нельзя использовать никаких побуждений или хитростей для того, чтобы провести визит. Во время визита или в процессе договора о визите медицинские представители должны, с самого начала, позаботиться о том, чтобы не вводить в заблуждение относительно своей личности или информации о компании, которую они представляют.

1.9.3 Duty to accept reports about adverse reactions and opinion about the products Medical representatives must have at hand forms for reporting adverse drug reactions (CIOMS or other forms if locally required) at each call and make them available, if so required. Reports about adverse drug reactions must be forwarded to the person responsible for pharmacovigilance in the country.	1.9.3 Обязанность принимать отчеты о нежелательных реакциях и мнения о лекарственных препаратах На каждом визите медицинские представители должны иметь в наличии официальную форму отчета о нежелательных реакциях (CIOMS или другую форму по требованию локальных органов) или должны предоставить их по запросу. Отчеты о нежелательных реакциях лекарственного препарата должны быть направлены лицу, ответственному за фармаконадзор в стране.
1.9.4 Market research and epidemiological research Medical representatives can occasionally assist in market research and epidemiological research programs,. Approvals for inclusion in market research and epidemiological research are acquired by the RO's management according to all applicable rules. Medical representatives may collect data in an electronic or paper version and must submit them to the relevant local responsible person. Involvement of medical representatives in market research and epidemiological research must be strictly separated from their promotional activities and must be under control of a country management team.	1.9.4 Исследования рынка и эпидемиологические исследования Медицинские представители могут время от времени оказывать помощь в исследовании рынка и программах эпидемиологических исследований. Одобрения для включения в исследование рынка и эпидемиологическое исследование приобретаются руководством Представительства в соответствии с действующими правилами. Медицинские представители могут собирать информацию в электронном или бумажном виде и направлять ее локальному сотруднику, ответственному за эти данные. Участие медицинских представителей в исследовании рынка и эпидемиологическом исследовании должно быть строго отделено от их мероприятий по продвижению и должно контролироваться со стороны локального руководства.
1.10. Events and hospitality 1.10.1 Objectives The purpose and focus of all promotional, scientific or professional meetings, congresses, conferences, symposia, webinars, and other similar events organised or supported by RO (including but not limited to visits to research or manufacturing facilities and training (an 'event')) for healthcare professionals is to inform healthcare professionals about the Company's products and/or to provide scientific and/or educational information. 1.10.2 Venue All the events organised or supported by or on behalf of RO must be held at an appropriate	1.10 Мероприятия и гостеприимство 1.10.1 Цели Цель и фокус всех рекламных, научных или профессиональных мероприятий, конгрессов, конференций, симпозиумов, вебинаров и других подобных мероприятий, организуемых или проводимых при поддержке Представительства (включая, но не ограничиваясь визитами в научно-исследовательские центры или производственные участки и тренингами («мероприятиями»)) для специалистов здравоохранения – информирование специалистов здравоохранения о лекарственных препаратах Компании и/или обеспечение их информацией научного или учебного характера. 1.10.2 Место проведения мероприятия Все мероприятия, организуемые или проводимые при поддержке или от имени Представительства должны

venue that suits the main purpose of the event. The event takes place outside the participants' home country only if it is organised for participants from different countries, or if the relevant resource or expertise that is the object or subject of the event is only available in another country. RO must avoid using venues that are renowned for their entertainment facilities or may be considered extravagant.

1.10.3 Information

Promotional information, which appears on exhibition stands or is distributed to participants at international events, must refer to products registered in the market where the event takes place, or products registered in the markets of participants and can therefore also refer to products (or uses) not authorised in the country where the event takes place, as long as

- (a) Any such promotional material is accompanied by a suitable statement indicating the countries in which the product is authorised and makes it clear that the product or use is not authorised in a particular country;
- (b) Any such promotional material, which refers to prescribing information (indications, warnings etc.), authorised in a country or countries where the product is authorised should be accompanied by an explanatory statement indicating that marketing authorisation conditions differ internationally.

1.10.4 Hospitality

Hospitality may be offered to health care professionals in connection with local, national or international scientific and/or educational events organised by the RO or a third party. Such events may take place in the country or abroad. Hospitality may be offered also in connection with the Company's site visits.

All forms of hospitality offered to healthcare professionals must be reasonable and strictly limited to the main purpose of the event. As a general rule, the provided hospitality must not

проводиться в объектах, подходящих для цели проведения мероприятия. Мероприятие проводится за пределами страны проживания участников, только если оно организовано для участников из различных стран, или если соответствующие ресурсы или знания, являющиеся объектом или субъектом мероприятия, доступны только в другой стране. Представительство должно избегать использования объектов, которые известны как объекты для проведения мероприятий культурно-развлекательного характера или которые могут ассоциироваться с развлечениями, роскошью или эксклюзивностью.

1.10.3 Информация

Информация рекламно-маркетингового характера, представляемая на выставочном стенде или распространяемая среди участников международного мероприятия, относится к препаратам, зарегистрированным в стране проведения мероприятия или в странах участников и может также иметь отношение к продукции (или ее применению), еще не зарегистрированной в стране, где происходит мероприятие, при условии что

- а) любой такой рекламный материал сопровождается подходящим утверждением с указанием стран, в которых продукция зарегистрирована и поясняет, что препарат или его применение не зарегистрированы в отдельной стране,
- б) любой такой рекламный материал, который относится к инструкции по применению (показания, меры предосторожности и т.д.), утвержденной в стране или странах, в которых зарегистрирована данная продукция, должен сопровождаться пояснительным заявлением о том, что условия регистрации препарата различаются в разных странах.

1.10.4 Гостеприимство

Знаки гостеприимства могут проявляться в отношении специалистов здравоохранения в связи с местными, национальными или международными научными и/или обучающими мероприятиями, организуемыми Представительством или третьей стороной. Такие мероприятия могут проводиться в стране или за рубежом. Знаки гостеприимства могут проявляться также в связи с экскурсиями на завод.

Все формы гостеприимства, проявляемые к специалистам здравоохранения, должны быть

exceed what healthcare professionals would normally be prepared to pay by themselves on such occasions and must not exceed the main purpose or the scientific value of the event. Hospitality is limited to registration fees, accommodation, travel and meals. Hospitality is offered only to persons who qualify as participants in their own right. The duration of hospitality is linked to the duration of the event. Most time should be dedicated to the scientific or educational programme.

1.10.5 Exhibitions

Exhibitions are intended for advancement of scientific and professional knowledge and experience among healthcare professionals. On the exhibition stand, the name of the Company must be clearly visible and recognisable. Informational or educational materials, items of medical utility and inexpensive gifts may be made available at the stand.

1.11. Educational support

RO may support scientific, medical and pharmaceutical education, thus contributing to the advancement of scientific medical knowledge of healthcare professionals.

RO may provide educational support to individual healthcare professionals or healthcare organisations according to Legislation of RA

The event, at which the attendance of a healthcare professional is supported, must be directly associated with the healthcare professional's practised therapeutic area. Educational support may only include remuneration of the registration fee, travel and accommodation. It must not include daily allowances or any other costs associated with the attendance of the event and cannot be extended to family members or accompanying persons.

The aim of the educational support provided by RO is to facilitate the spread of the latest scientific developments, knowledge and medical

разумными по своему уровню и должны строго ограничиваться главным назначением мероприятия. Как общее правило, проявления гостеприимства не должны превышать того, что специалисты здравоохранения были бы обычно готовы сами себе позволить и не должны превышать научной ценности мероприятия. Гостеприимство ограничивается возмещением регистрационных взносов, расходов на проживание и питание и транспортных расходов. Знаки гостеприимства проявляются только к лицам, которые официально классифицированы как участники. Проявления гостеприимства предусмотрены на период проведения мероприятия. Большинство времени должно быть посвящено научной программе и программе обучения.

1.10.5 Выставки

Выставки предназначены для продвижения научных и профессиональных знаний и опыта среди специалистов здравоохранения. Название **КРКИ** должно быть ясно видным и узнаваемым на выставочном стенде. На стенде допускается наличие информационных или учебных материалов, предметов медицинского назначения и подарков незначительной стоимости.

1.11 Поддержка в обучении

Представительство может предоставлять поддержку в обучении в области науки, медицины и фармацевтики, содействуя, таким образом, улучшению научного медицинского знания специалистов здравоохранения.

Представительство может предоставлять поддержку в обучении отдельному специалисту здравоохранения или организации здравоохранения в соответствии с законодательством Республики Армения

Мероприятие, в котором специалист здравоохранения участвует при поддержке Представительства, должно быть непосредственно связано с областью деятельности специалиста здравоохранения. Поддержка обучения может включать только оплату в регистрационного взноса, расходов на проезд и проживание. Поддержка в обучении не должна включать суточные или любые другие расходы, связанные с участием в мероприятии, а также не может распространяться на членов семьи и сопровождающих лиц.

Целью предоставления поддержки в обучении является способствовать распространению

practical recommendations among healthcare professionals, thus contributing to their competencies. RO aims at building its positive image in the healthcare community by means of contributions to acquiring new knowledge.

1.12. Service and consultancy

1.12.1 Healthcare professionals

RO Krka may engage healthcare professionals, whether in groups or individually, to provide services, such as speaking at and chairing events, involvement in medical or scientific studies and training services, serving as experts at advisory board meetings, participating in market research or epidemiological research where such participation involves remuneration and/or travel.

The arrangements that cover these types of genuine consultancy or other services, and are to an extent relevant to a particular arrangement, must meet the following criteria:

- a) A legitimate need for the services has been clearly identified before they are required and before entering arrangements with prospective consultants;
- b) A written contract or agreement is entered specifying the nature of services to be provided, and the subject to the clause (c) below, the basis for payment of these services;
- c) Remuneration for services is reasonable and reflects the fair market value of services provided;
- d) Remuneration is made only for performed work;
- e) Selection of consultants is in direct relation to the identified need, and the persons responsible for selecting the consultants must have the expertise required to evaluate if the particular healthcare professionals meet those criteria;

последних научных разработок, знаний и практических медицинских рекомендаций среди специалистов здравоохранения, способствуя росту их компетенции. Целью Представительства является создание положительного имиджа среди медицинского сообщества путем оказания помощи в приобретении новых знания.

1.12 Услуги и консультации

1.12.1 Специалисты здравоохранения

Представительство может привлекать группу специалистов здравоохранения или отдельных специалистов здравоохранения к предоставлению таких услуг как выступление и участие на мероприятиях, сотрудничество в медицинских или научных исследованиях и оказании услуг по обучению, выступление в качестве экспертов на встречах экспертного совета, участие в исследованиях рынка или эпидемиологических исследованиях, где такое участие подразумевает выплату вознаграждения и расходов на проезд. Договоренности, охватывающие эти консультационные услуги или другие услуги, которые в той или иной степени относятся к конкретной договоренности, должны соответствовать следующим критериям:

- a) законная потребность в услугах должна быть четко определена до начала оказания услуг и заключения соглашения об их оказании с потенциальными консультантами;
- b) заключается письменный договор или соглашение с указанием характера предоставляемых услуг и, с соблюдением положения (c) ниже; основа для оплаты этих услуг;
- c) размер компенсации за услуги является обоснованным и отражает реальную рыночную стоимость предоставляемых услуг;
- d) Вознаграждение оплачивается только за оказанные услуги;
- e) Выбор консультантов непосредственно связан с выявленной необходимостью, а лица, отвечающие за выбор консультантов должны обладать компетенциями, соответствующими требованиям для оценки соответствия отдельного специалиста здравоохранения этим критериям;

f) The number of engaged healthcare professionals is not greater than the number reasonably necessary to achieve the identified need; g) RO maintains relevant records, and makes appropriate use of the services provided by consultants; h) The hire of a healthcare professional to provide a relevant service is not an inducement to recommend, prescribe, purchase, supply, sell or administer a particular product.	f) Число привлекаемых специалистов здравоохранения не должно превышать числа, разумно необходимого, исходя из ранее определенных потребностей; g) Представительством ведется соответствующий учет и обеспечивает адекватное использование предоставляемых услуг, консультантами ; h) Привлечение специалистов здравоохранения с запросом оказать а соответствующие услуги не является побуждением к рекомендации, назначению, покупке, снабжению или применению определенного препарата.
RO supports all efforts made in order to provide transparency in any transfers of value between pharmaceutical companies and healthcare professionals, and complies with all applicable rules, while applying special attention to compliance with applicable personal data protection rules.	Представительство поддерживает все усилия, направленные на обеспечение прозрачности любой передачи ценностей между фармацевтическими компаниями и специалистами здравоохранения, и соблюдает все применимые правила, уделяя особое внимание соблюдению действующих правил защиты персональных данных.
1.12.2 Healthcare organisations	1.12.2 Организации здравоохранения
Contracts between RO Krka and institutions, organisations or associations of healthcare professionals under which such institutions, organisations, or associations provide any type of services to RO Krka in Armenia are only allowed if such services (or other funding):	Договора между Представительством и учреждениями, организациями или обществами специалистов здравоохранения в рамках которых данные учреждения, организации или общества оказывают любые услуги Представительству, разрешены только при условии, что такие услуги (или другое финансирование):
(a) Are provided for supporting healthcare or research and development; (b) Do not constitute an inducement to recommend, prescribe, purchase, supply, sell or administer specific medicinal products; (c) Any remuneration for rendered services does not exceed the value of the service; (d) Remuneration is not dependent on prescribing or recommending products and no condition of this type may be expressed or indicated.	(a) предоставляются с целью поддержки здравоохранения или научных исследований и разработок; (б) не являются побуждением к рекомендации, назначению, покупке, поставке, продаже или применении определенных лекарственных препаратов; (в) любая компенсация за предоставленные услуги не должна превышать стоимости услуги; (г) вознаграждение (компенсация) не зависит от назначения или рекомендации лекарственных препаратов и никакие условия такого типа не могут быть выражены или указаны.
1.13. Donations	1.13 Пожертвования
Donations, to institutions, organisations or associations that are comprised of healthcare professionals and/or that provide healthcare or	Предоставление пожертвований, , организациям или обществам, в составе которых работают специалисты здравоохранения и/или которые оказывают

conduct research are only allowed by RA Legislation: 1.14 Healthcare professionals On individual, named basis, the following transfers of value shall be disclosed: - Fees for services and consultancy: aggregated honoraria (excluding expenses such as meals and drinks, travel and accommodation) paid by RO to a healthcare professional in exchange for the provision of services, such as serving as an expert on an advisory board, speaking at a RO organised event, participating in a focus group, etc. Fees paid in connection with R&D activities or market research are excluded from the scope of the disclosure. - If a healthcare professional refuses to provide consent required under applicable personal data protection rules, the data will be disclosed on an anonymous basis. If multiple healthcare professionals refuse consent, then the transfer of value data must be aggregated indicating the number of healthcare professionals included in the aggregation. Provided support to attend third party organised events, site visits and RO Krka organised events must be disclosed in these sub-categories. The (total) amount of support provided, which may include registration fees, travel and/or hotel costs and the number of healthcare professionals supported must be disclosed.	медицинские услуги или проводят исследования, разрешаются только, в рамках законодательства Республики Армении. 1.14 Специалисты здравоохранения Индивидуально, при идентификации каждого получателя должна быть раскрыта информация о следующих передачах ценностей: - Гонорары за услуги и консультации: общая сумма вознаграждений (за исключением расходов на питание, проезд и проживание), оплачиваемое Представительством специалисту здравоохранения за оказание услуг, таких как выступление в качестве эксперта на встречах экспертного совета, выступление на мероприятиях, организуемых Представительством, принятие участия в фокус-группах и т.д. Гонорары, оплачиваемые специалистам в рамках научных исследований и разработок или исследований рынка, не подлежат раскрытию. - В случае, если специалист здравоохранения отказывается от предоставления согласия, требуемого в соответствии с применимыми правилами защиты персональных данных, то данные будут раскрываться на анонимной основе. Если несколько специалистов здравоохранения отказываются от предоставления согласия, то данные о передаче ценностей должны быть раскрыты в агрегированном виде, указывая количество специалистов здравоохранения, включенных в агрегированную сумму. Информация о предоставлении поддержки для принятия участия в мероприятиях, организуемых третьей стороной, экскурсиях на завод и мероприятиях, организуемых Представительством, должна быть раскрыта в этих субкатегориях. Компания должна раскрывать информацию об общей сумме предоставленной поддержки, которая может включать возмещение регистрационных взносов, транспортных расходов и/или расходов на проживание и питание, и о количестве поддерживаемых специалистов здравоохранения в соответствии с локальным и Европейским законодательством.
---	---

1.14.1 Healthcare organisations

On individual, named basis, the following transfers of value shall be disclosed in accordance with RA LAgislation:

- Fees for services and consultancy: aggregated honoraria (excluding expenses such as meals and drinks, travel and accommodation) paid by RO to a healthcare organisation in exchange for the provision of services, e.g. serving as an expert on an advisory board, speaking at RO organised event, participating in a focus group, etc. Fees paid in connection with R&D activities or market research are excluded from the scope of the disclosure;
- Grants and donations: aggregated monetary amounts and brief description of the nature of the grant or donation (e.g. research grant, equipment donation, product donation, etc.).

1.15 Responsibility

Medical representatives and all marketing staff are responsible for providing true, accurate and essential information consistent with the Summary of Product Characteristics. Medical representatives and all marketing staff are responsible for compliance of all their activities with all applicable rules.

Marketing Manager is responsible for compliance of all marketing activities with all applicable rules.

Director of RO is responsible for compliance of all activities (including the disclosure of transfers) with all applicable rules.

Director of RO and Marketing Manager are responsible for regular training and education of marketing staff on all applicable rules.

All employees involved in marketing activities must familiarise themselves with the content of the *Code* through the eCampus e-learning system and presentations at cycle meetings, and annual repeat trainings through the eCampus e-learning system or presentations at cycle meetings.

1.14.1 Организации здравоохранения

Для каждой индивидуальной организации предоставляется информация о передаче ценностей предоставляется в соответствии с локальным законодательством. Данная информация касается:

- Гонораров за услуги и консультации: денежное вознаграждение (за исключением расходов на питание, проезд и проживание), оплачиваемых Представительством организации здравоохранения за оказание услуг, напр. выступление в качестве эксперта на встречах экспертного совета, выступление на мероприятиях, организуемых Представительством, принятие участия в фокус-группах и т.д. Гонорары, оплачиваемые в рамках научных исследований и разработок или исследований рынка, не подлежат раскрытию.
- Грантов и пожертвований: денежные суммы и короткое описание гранта или пожертвования (гранты на исследование, пожертвования на оборудование, пожертвования на продукты, и т.д.).

1.15 Ответственность

Медицинские представители и все сотрудники маркетинга несут ответственность за предоставление верной, точной и существенной информации в соответствии с Инструкцией по медицинскому применению лекарственного препарата. Медицинские представители и все сотрудники маркетинга несут ответственность за соответствие всех активностей всем применимым правилам.

Маркетинг-менеджер несет ответственность за проведение всех маркетинговых мероприятий в соответствии со всеми действующими правилами. Директор Представительства несет ответственность за соответствие всех активностей (включая раскрытие информации о передаче ценностей) всем применимым правилам.

Директор Представительства и маркетинг-менеджер несут ответственность за проведение регулярных тренингов и обучения сотрудников маркетинга в области всех действующих правил.

Все сотрудники, участвующие в маркетинговых активностях, должны ознакомиться с содержанием *Кодекса* через систему электронного обучения eCampus и презентации на цикловых встречах и путем ежегодных повторных тренингов через систему электронного обучения eCampus и

A violation of the <i>Code</i> may constitute a violation or work duties and may lead to a disciplinary action and/or ordinary or extraordinary termination of the employee's employment relationship. The <i>Code</i> must be revised once every five years. 1.16 Enforcement The provisions of the <i>Code</i> must be respected throughout RO. Director and Marketing Manages in RO a are responsible for adoption of relevant local <i>Code</i> for this purpose, whereby taking into account possible stricter national requirements and registered activities of the unit. Any breach of the <i>Code</i> provisions shall be considered as a breach of employees' employment duties under applicable rules. 2. REFERENCE DOCUMENTS <i>RO Krka's Code of Conduct</i> <i>Rules on fraud prevention, detection and investigation</i> RA Law on Medicines 3. ATTACHMENTS None 4. HISTORY Date of preparation: September 2020	презентации на цикловых встречахНарушение Нарушение <i>Кодекса</i> может представлять собой нарушение трудовых обязанностей и может привести к дисциплинарным мерам и/или прекращению трудовых отношений в обычном или досрочном порядке. <i>Кодекс</i> подлежит пересмотру раз в пять лет. 1.16Приведение в исполнение Постановления <i>Кодекса</i> должны соблюдаться в представительстве. Директор и маркетинг-менеджер в Представительстве несут ответственность за принятие соответствующего местного <i>Кодекса</i> для этой цели, при этом принимая во внимание возможные более строгие требования в стране и зарегистрированные виды деятельности подразделения. Любое нарушение постановлений <i>Кодекса</i> считается нарушением трудовых обязанностей работника в соответствии с применимыми правилами. 2. ССЫЛКИ НА ДОКУМЕНТЫ <i>Кодекс поведения представительства компании КРКА</i> <i>Правила предупреждения, выявления и расследования мошенничества</i> Закон РА о Лекарственных Средствах 3. ПРИЛОЖЕНИЯ Отсутствуют 4. ДАТА ПЕРЕСМОТРА Дата подготовки: сентябрь 2020 г.
---	---

5. PREPARATION AND APPROVAL	5. ПОДГОТОВКА И УТВЕРЖДЕНИЕ
Prepared by: Organisational unit: Marketing - BM Mariam Saribekyan Mariam Dallakyan Checked by: Organisational unit: Marketing - SBM Narine Gyozyan Accounting-Accountant Arpine Khasoyan Approved by: Anna Marikyan – Director Is valid from 01.11.2020	Подготовлено: Структурное подразделение: БМ – Департамент маркетинга Мариам Сарибекян, <i>Amg</i> 16.10.2020 Мариам Даллакян <i>Ilkg</i> 16.10.2020 Проверено Структурное подразделение: СБМ – Департамент маркетинга Нарине Гезалян <i>glkf</i> 16.10.2020 Бухгалтерия-Бухгалтер Арпине Хасоян <i>Arpine</i> 16.10.2020 Утверждено: Анна Марикиан – Директор <i>Amg</i> Дата вступления в силу: 01.11.2020
DISTRIBUTION LIST Distribution: e-mail or eCampus - Marketing Departament - Director RO Krka, Marketing Manager is responsible for the preparation of local document, distribution and training of all employees in marketing and sales network. <i>Internal Instructions.</i> are available on shared folder for RO employees	СПИСОК РАССЫЛКИ Рассылка: e-mail или eCampus - Департамент маркетинга - Директор/ Представительста Маркетинг-менеджер отвечает за подготовку документа на местном уровне, рассылку и обучение всех сотрудников сети маркетинга и продаж. <i>Внутренние инструкции</i> доступны в общем папке для сотрудников РО

