

MEDIAKIT 2024

Zdravotnické tituly, webové portály, sociální sítě
a newslettery, podcasty, TV projekty & další



Care Comm
we care...

KOMUNIKACE ZDRAVOTNICKÝCH TÉMAT JE NAŠE SRDEČNÍ ZÁLEŽITOST

KDO JSME

Jsme tým nadšených odborníků, kteří svojí prací žijí. Každý z nás je **specialistou ve svém oboru**.

Mezi **zdravotníky** se cítíme jako doma, protože naše srdce tluče ve stejném rytmu.

Srdce –
orgán emocí
a krve.

V průměru
přečerpá
5 litrů krve
za minutu.

Pracuje
24 hodin
denně celý
život.



Váží přitom
průměrně
pouhých
350 gramů.

Spolu
s mozkem je
nejdůležitějším
orgánem
lidského těla.

Jeho správné
fungování
má zásadní
vliv na zdraví
nás všech.



NAŠE POSLÁNÍ

Uvědomujeme si, jak důležité je na své zdraví nezapomínat a denně o něj pečovat. Ať už jako **lékař, zdravotní sestra, lékárník** či **pacient**, vždy k tomu potřebujeme mít k dispozici kvalitní a spolehlivé informace.

Naším posláním je tyto informace prostřednictvím realizovaných projektů zprostředkovávat odborné i laické veřejnosti. A přispívat tak k péči o lidské zdraví. **Spolehlivě. Profesionálně. Srdcem.**



Care Comm
we care...

VEDENÍ SPOLEČNOSTI

Martin Koblasa

jednatel & ředitel společnosti
mobil: 602 507 699
e-mail: martin.koblasa@carecomm.cz

OBCHOD

Jan Laitl

projektový specialista
mobil: 725 778 001
e-mail: jan.laitl@carecomm.cz

REDAKCE

Ing. Kateřina Michnová

šéfredaktorka
mobil: 602 741 106
e-mail: katerina.michnova@carecomm.cz

DIGITAL

Pavla Hrabcová

digitální projekty
mobil: 777 122 985
e-mail: pavla.hrabcova@carecomm.cz

FAKTURAČNÍ ADRESA A SÍDLO FIRMY

Care Comm s.r.o.

Klicperova 604/8
150 00, Praha 5-Smíchov
IČO: 091 40 549
DIČ: CZ09140549

KDE NÁS TAKÉ NAJDETE:
WWW.CARECOMM.CZ



PROČ PRACOVAT PRÁVĚ S NÁMI?

Všechny projekty připravujeme na míru podle požadavků klientů a potřeb cílové skupiny. Nebojíme se propojovat naši **odbornost a zkušenosti z oblasti farmacie a zdravotnictví** s nejnovějšími marketingovými přístupy.

Do všeho, co děláme, dáváme své srdce. O **komunikační aktivity** tak dokážeme s nadšením pečovat po celou dobu jejich realizace. Od úvodního zadání až k závěrečnému vyhodnocení.

Jsmo špičkou v oboru B2B titulů pro lékaře a specialisty. Do našeho portfolia patří **osm oficiálních časopisů ČLS JEP** a titul pro zdravotní sestry i další nelékařské zdravotnické profese **Florence**. Spravujeme také webové portály **www.florence.cz** a **www.terapie.digital**.

Na objednávku produkujeme TV pořad **Na pomoc životu**, který připravujeme na klíč pro ČT2. Zajišťujeme kompletní servis při natáčení videorozhovorů, on-line kongresového zpravodajství, tiskových konferencí nebo kulatých stolů.

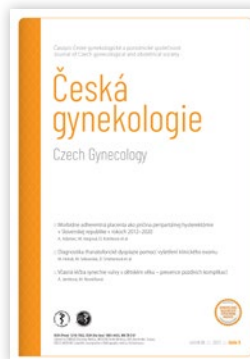
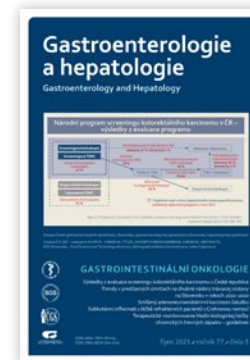
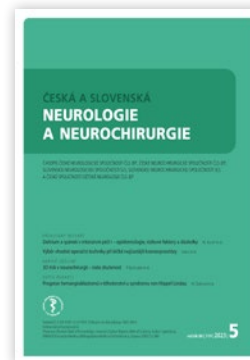


PORTFOLIO

TV PROJEKTY



ODBOBNÉ TITULY



WEBOVÉ PORTÁLY

www.terapie.digital

www.florence.cz

www.csnn.eu

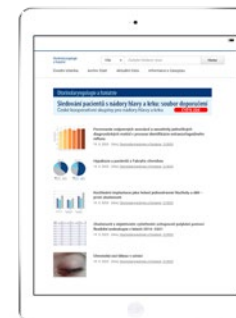
www.csgh.info

www.eonkologie.cz

www.cs-gynekologie.cz

www.achp.cz

www.orlaf.cz



Portál Terapie.digital je určen **převážně pro odborníky** (osoby oprávněné předepisovat nebo vydávat léčivé přípravky) působící v medicíně, farmacii, managementu zdravotnických zařízení, zdravotních pojišťovnách a zdravotních odborech/výborech státní správy a samosprávy.

Poskytuje zpravodajský a publicistický přehled z klinické medicíny a lékařské vědy doma i ve světě. Věnuje se také problematice organizace systému poskytování zdravotní péče a jeho financování.

Odborníkům slouží jako rozcestník na všechny zdravotnické obory, funguje jako elektronická podoba časopisu Kardiologická revue a interní medicína.

Kromě aktuálního dění ve zdravotnictví přináší i řadu odborných videorozhovorů k aktuálním tématům, zdravotnickým kongresům a mnoho dalších informací ze zdravotnické oblasti, včetně odborných článků vybraných oficiálních lékařských titulů ČLS JEP. Jeho součástí je i on-line kongresové zpravodajství.

Terapie je **odborným el. periodikem** ve smyslu zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, v platném znění, dále zákona č. 378/2007 Sb., o léčivech, v platném znění, a předpisu SÚKL UST-27 Regulace reklamy na humánní léčivé přípravky a lidské tkáně a buňky, v platném znění.



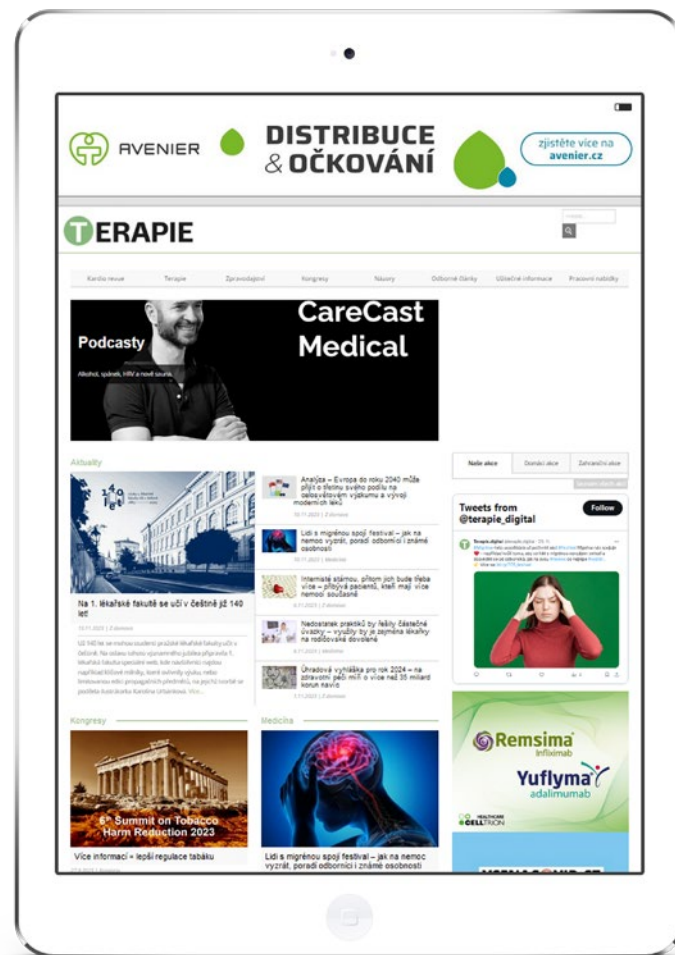
DISTRIBUCE

Probíhá elektronicky rozesílkou newsletteru 1x za měsíc na cca 12 000 uživatelů + dle tematické nebo oborové specifikace klienta.



REDAKCE

šéfredaktorka
Ing. Kateřina Michnová
mobil: 602 741 106
e-mail: katerina.michnova@carecomm.cz





FORMÁTY A CENY BANNERŮ

Horní banner (1 230 × 200 px)	63 500 Kč
Pravý sloupec nahoře (370 × 295 px)	46 000 Kč
Pravý sloupec dole (370 × 295 px)	46 000 Kč
Spodní banner (1 230 × 200 px)	52 000 Kč

Ceny jsou uvedeny vždy za 1 měsíc bez DPH.

Statické bannery přijímáme ve formátu JPEG, PNG, pohyblivé bannery ve formátu GIF. Žádáme inzerenty, aby mezi jednotlivými slidy animovaného GIFu vytvářeli jemné přechody (funkce Tween ve vyšších verzích Photoshopu).

Nepřijímáme reklamu s nepravdivým, zavádějícím či klamavým obsahem, příp. materiály, které odporují dobrým mravům.

Ceny za bannery v dalších sekcích webu jsou na vyžádání.

PŘÍSPĚVKY/ČLÁNKY/PR

Zveřejnění tiskové zprávy, PR článku, aktuality apod.:

od 14 500 Kč dle rozsahu (kalkulace na poptání)

FACEBOOK

Příspěvek na facebookové stránce Terapie.digital včetně foto/videoa: od 4 500 Kč dle typu příspěvku, možno uveřejnit i na twitterovém účtu.

(možnost připlatit za reklamní podporu pro zvýšení dosahu sdělení či prokliků na cílový web)

PRODUKCE A ZVEŘEJNĚNÍ VIDEOROZHovorŮ S ODBORNÍKEM

Základní balíček:

- Produkce videorozhovoru 1× 5-10 min
- Postprodukce
- Uveřejnění na www.terapie.digital
- Newsletter 1× na cca 12 000 uživatelů
- Předání videorozhovoru klientovi

Cena za základní balíček:

40 500 Kč

! V ceně není zahrnutý honorář pro speakra!

V případě zájmu o natočení si vyžádejte individuální kalkulaci.

DALŠÍ MOŽNOSTI

Vydání tiskové zprávy pro odbornou a laickou veřejnost s propojením na videorozhovory atd.

OBCHOD

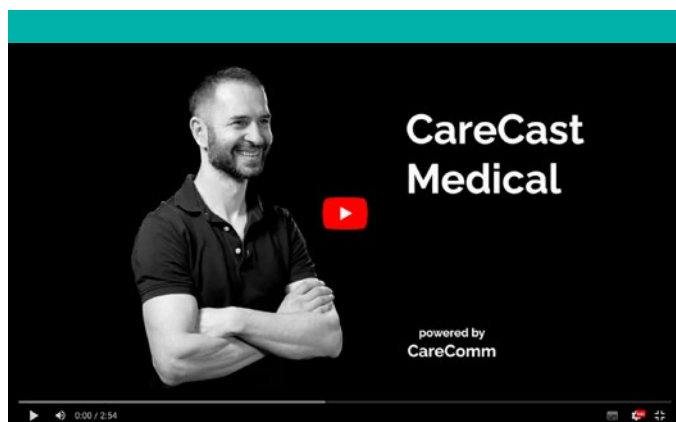
Jan Laitl

mobil: 725 778 001

e-mail: jan.laitl@carecomm.cz



DOSTANEME VAŠE TÉMATA NA TV OBRAZOVKY I DO PODCASTŮ



CARECAST MEDICAL

- Podcasty vlastní produkce zvláště pro odbornou a zvláště pro laickou veřejnost.
- Profesionální moderátoři znalí medicíny.
- Možnost přizpůsobení obsahu Vašim potřebám a hostům, které si můžete sami vybrat.
- Možnost umístění loga ve studiu/vedení podpory v titulcích.
- Adresné zvaní diváků/posluchačů z řad odborné veřejnosti vhodných odborností prostřednictvím newsletteru Terapie.digital.



TELEVIZNÍ POŘADY SE ZDRAVOTNÍ TEMATIKOU V SÍTI REGIONÁLNÍCH TELEVIZNÍCH STANIC

- V pozemním vysílání a na kabelových televizních stanicích.
- Výroba a premiérové vysílání v pozemním vysílání TV Brno 1 (pokrývá více než 1 milion domácností v Jihomoravském kraji), možnost zařazení do pozemního vysílání Praha TV (pokrývá více než 2 miliony domácností v hlavním městě a Středočeském kraji) a do vysílání partnerských kabelových televizních sítí po celé ČR.
- V rámci programů přeshraniční výměny od roku 2024 možnost vysílání pořadů i v regionu Dolní Rakousko a Bratislava/západní Slovensko.



KULATÉ STOLY A DISKUZNÍ PANELY

- K problematice dostupnosti léčby a organizace zdravotní péče v ČR podle Vašich potřeb.
- S představiteli odborných společností, plátců zdravotní péče, politické reprezentace i patientských organizací.
- Profesionální moderátoři znalí medicíny.



Kalkulace ceny komunikačních projektů je individuální podle rozsahu a náročnosti.

PROJEKTOVÝ MANAŽER



Jan Laitl

mobil: 725 778 001

e-mail: jan.laitl@carecomm.cz

Rozsah platnosti

Tyto všeobecné obchodní podmínky upravují uveřejňování inzerátů/bannerů apod. včetně vkládání reklamních příloh do titulů, které vydává společnost Care Comm, s.r.o. (dále jen vydavatelství).

Objednání inzerce

1. Vydavatelství přijímá inzerci formou závazné písemné/e-mailové objednávky, případně na základě uzavřené obchodní smlouvy.
2. Inzerci se rozumí jak standardní plošná inzerce, tak vklady a všívání/vlepování a dále i PR články. Vydavatelství si vyhrazuje právo označit, v souladu se zákonem, uveřejněné PR články jako placenou inzerci, komerční prezentaci apod. Podmínkou pro uveřejnění těchto PR článků je, že nebudou mít podobu redakčních stran (zejména zalomení, fonty, barvy, perex apod.).
3. Objednávka inzerce musí obsahovat: úplný název zadavatele dle výpisu z obchodního rejstříku, sídlo zadavatele, tj. fakturační adresu, a dále korespondenční adresu, IČ, DIČ, údaj o zápisu v obchodním rejstříku, bankovní spojení, dále pak kontaktní osobu zadavatele včetně čísla telefonu a e-mailu, název titulu, do kterého je inzerát objedнан (v případě, že je inzerát objedнан do některé z tematických příloh, je nutné uvést název této přílohy), datum uveřejnění inzerátu, rozměr a cenu inzerátu.
4. Objednávku inzerce potvrdí vydavatelství e-mailem zadavateli.

Právo odmítnutí inzerátu

1. Vydavatelství si vyhrazuje právo odmítnout přijetí zakázky, jestliže grafická nebo textová podoba inzerátu je v rozporu s obecně závaznými právními předpisy, s dobrými mravy a zvyklostmi, poškozuje nebo by mohla poškodit dobré jméno nebo zájmy vydavatelství.
2. Vydavatelství není povinno odmítnutí takovéto zakázky odůvodňovat a odmítnutí zakázky zadavateli inzerce pouze písemně oznámí. Taková zakázka může být odmítnuta i později, pokud by důvody pro její nepřijetí byly zjištěny teprve dodatečně.
3. Vydavatelství si vyhrazuje právo stornovat již přijatou a potvrzenou objednávku zadavatele v případě, že je tento v prodlení s úhradou svých závazků za již uveřejněnou inzerci déle než 30 dní.
4. Vydavatelství neodpovídá za případné škody způsobené zadavateli inzerce, pokud zveřejnění inzerátu odmítne z výše uvedených důvodů.

Podklady pro inzerci

1. Vydavatelství poskytuje běžnou kvalitu tisku inzerce obvyklou pro daný titul, danou i kvalitou dodaných podkladů.
2. Zadavatel inzerce ručí za včasné dodání bezchybných tiskových podkladů (tiskové PDF) v souladu s platnými technickými specifikacemi a hradí plně náklady na jejich zhotovení. Vydavatelství neodpovídá za vady způsobené chybnými podklady dodanými zadavatelem inzerce. V případě, že vydavatelství takto chybné podklady odhalí a bude to časově možné, vyžádá si od zadavatele podklady nové, bezchybné. V opačném případě, kdy nebudou dodány nové, bezchybné podklady a již nebude z časových důvodů možné podklady vyměnit, není zadavatel inzerce oprávněn uplatňovat jakékoli nároky na reklamaci.
3. V případě, že zadavatel nedodá vydavatelství inzertní podklady v uvedeném termínu zaslání těchto podkladů, použije vydavatelství, pokud je má k dispozici, podklady na inzerci od zadavatele z minulého/ých vydání. Pokud vydavatelství nemá žádné podklady na inzerci od zadavatele k dispozici, nahradí jeho pozici pro inzerci vlastní inzercí, tzn. autoinzercí. V tomto případě bude však účtovat klientovi plnou, tedy 100% náhradu, jako by jeho inzerce byla publikována.
4. Vydavatelství není povinno uchovávat ani vracet inzertní podklady.
5. Zadavatel inzerce odpovídá za obsah a právní přípustnost dodaných textových a obrazových předloh a zbavuje vydavatelství případných nároků učiněných ze strany třetích osob. Vydavatelství v tomto směru není povinno jakkoli prověřovat, zda uveřejněná inzerce zadavatele nepoškozuje či nepoškodí práva a oprávněné zájmy třetích osob.

Reklamáce inzerce

1. Zadavatel inzerce je povinen reklamovat případné vady uveřejněného inzerátu výhradně písemně do 30 dnů po expedici inzerátu, jinak jeho práva zanikají.
2. V případě, že dojde k podstatnému snížení informační hodnoty inzerátu nebo je prokazatelně poškozeno dobré jméno zadavatele inzerce/klienta, má tento nárok na snížení ceny nebo na uveřejnění opraveného inzerátu.
3. Pokud bude uveřejnění náhradního inzerátu již bezpředmětné, může zadavatel inzerce žádat snížení ceny, a to max. do výše hodnoty vadně uveřejněného inzerátu. Vydavatelství odpovídá pouze za prokázané vady uveřejněného inzerátu.
4. Při opakovaném uveřejňování inzerátů je zadavatel inzerce povinen zkontrolovat ihned po každém uveřejnění jejich správnost a úplnost. Vydavatelství neuznává nárok na bezplatné uveřejnění náhradního inzerátu v tom případě, jestliže se při opakování objevila tatáž chyba, aniž by byla tato chyba bezprostředně po předchozím uveřejnění oznámena vydavatelství.

Platební podmínky

1. Ceny inzerce jsou stanoveny nabídkou zadavateli v souladu s platným ceníkem tiskového média, ve kterém je inzerce uveřejněna.
2. Zadavatel inzerce uhradí cenu inzerátu na základě faktury vystavené vydavatelstvím převedením příslušné částky na účet uvedený na faktuře. Tuto fakturu vydavatelství vystaví do 14 dnů od expedice titulu, ve kterém je uveřejněna dotčená inzerce.
3. Faktura vydavatelství je, pokud není dohodnuto jinak, splatná do 14 dnů ode dne jejího vystavení. Spolu s fakturou v el. podobě zasílá vydavatelství každému zadavateli inzerce dokladový výtisk titulu ve formě PDF, ve kterém vyšel jeho inzerát. Zadavatelům inzerce zasílá vydavatelství i dokladový výtisk v tištěné podobě.
4. Při prodloužení zadavatele se zaplacením ceny má vydavatelství právo účtovat úroky z prodlení ve výši 0,05 procenta z ceny inzerce za každý den prodlení.
5. Při nedodržení splatnosti faktury má vydavatelství právo neuvěřnit další i již objednanou a potvrzenou inzerci až do doby zaplacení dlužné částky.
6. Vydavatelství si vyhrazuje právo požadovat zaplacení zálohy z ceny inzerce před jejím uveřejněním, a to až do výše 100 % ceny inzerce. V tomto případě bude vystavena pro forma faktura se splatností 14 dní před termínem uveřejnění inzerce. V případě, že nedojde k úhradě, vyhrazuje si vydavatelství právo inzerci neuveřejnit.

Storno inzerce

1. Storno inzerce podléhá následujícím poplatkům: pokud zadavatel inzerce stornuje objednanou inzerci 28 a více dnů před zveřejněním inzerátu, má vydavatel právo účtovat 50% storno poplatek z dohodnuté ceny za tuto inzerci. Pokud zadavatel inzerce stornuje inzerci 14 a méně dnů před zveřejněním inzerátu, má vydavatelství právo účtovat 100 % ceny inzerátu. Stornování je nutné učinit výlučně písemnou formou – e-mailem k rukám obchodníka zodpovědného za daný titul.
2. Z naléhavých důvodů lze provést storno i telefonicky. V tomto případě však musí toto storno být do 24 hodin potvrzeno i písemně/e-mailem.
3. V případě storna v rámci celoroční objednávky má vydavatelství právo požadovat vrácení slev za opakování nebo za finanční objem, na které pozbyl zadavatel inzerce tímto stornem právo.

Závěrečná ustanovení

Zadavatel inzerce byl s těmito všeobecnými obchodními podmínkami společnosti Care Comm, s.r.o., řádně seznámen, souhlasí s nimi a tento souhlas stvrzuje svou inzertní zakázkou.

SLEVY, PŘÍPLATKY, STORNO

příplatky

za umístění na přesnou pozici **+15 %**
za umístění na redakční stranu **+10 %**

slevy za počet opakování

3× **-5 %**, 6× **-10 %**, 12× **-15 %**, skonto **-3 %**

storno poplatky

28 a více dnů před datem zveřejnění
lze inzerát stornovat bez poplatků.

27 až 15 dnů před datem zveřejnění
hradí zadavatel 50 % z ceny inzerce.

14 a méně dnů před datem zveřejnění
hradí zadavatel 100 % z ceny inzerce.

TECHNICKÉ POŽADAVKY NA TIŠTĚNOU INZERCÍ

Forma podkladů: kompozitní, tiskové PDF.

Dokument musí obsahovat:

ořezové a pasovací značky (posuv 12 b od čistého formátu), spadávku (minimálně 5 mm).

U formátu na spad umísťujte texty a objekty, které se nemají oříznout, alespoň 7 mm od okraje.

Barvy: pouze barevný prostor CMYK.

Obrázky: rozlišení 300 dpi.

Fonty: vložené do PDF, písmo ne menší než 5 bodů.

Loga: pouze v křivkách.

Při nedodržení stanovených požadavků neručí vydavatel za výslednou kvalitu inzerce. Stejně tak v případě, nebude-li dodán odpovídající nátisk. Všeobecné obchodní podmínky Care Comm, s.r.o., jsou uveřejněny i na webových stránkách www.carecomm.cz.