

## **Shrnutí:**

Článek zpracovává téma regulace reklamy na léčivé přípravky a zdravotnické prostředky se zaměřením na problematické vymezení působnosti dozorových orgánů, zejména mezi Státním ústavem pro kontrolu léčiv a Radou pro rozhlasové a televizní vysílání. Konstrukce dozorových orgánů nad zákonností reklamy, kombinující příslušnost podle způsobu šíření reklamy nebo podle věcné oblasti, s nadřazením podle způsobu šíření, je však složitou a v některých případech i nejasnou.

**Klíčová slova:** regulace reklamy, léčivé přípravky, zdravotnické prostředky, působnost dozorových orgánů, přestupky podle zákona o regulaci reklamy, šíření reklamy v digitálním prostředí.

## **Who shall decide on offences under the Law regulating advertising of medicinal products and medical devices? – summary:**

This article deals with the regulation of advertising for medicinal products and medical devices, focusing on the problematic definition of the powers of supervisory authorities, in particular between the State Institute for Drug Control and the Council for Radio and Television Broadcasting. However, the structure of supervisory authorities overseeing the legality of advertising, combining jurisdiction based on the method of advertising dissemination or subject matter with superiority based on the method of dissemination, is complex and, in some cases, unclear.

**Keywords:** regulation of advertising, medicinal products, medical devices, powers of the supervisory authorities, offences under the Law regulating advertising, advertising dissemination in the digital environment.