WARUNKI ZAMIESZCZANIA REKLAM W E-NEWSLETTERZE I NA STRONIE WWW HARVARD BUSINESS REVIEW POLSKA ORAZ WYSYŁKI MAILINGÓW

I. Postanowienia ogólne.

---

§ 1

Stosowane poniżej określenia i definicje, należy rozumieć jak następuje:
"Zasady Ogólne" - ogólne zasady zamieszczania ogłoszeń w e-newsletterze i na stronie www Harvard Business Review Polska oraz wysyłania malingów reklamowych.
"Wydawca" - ICAN Spółka z ograniczona odpowiedzialnością Sp. k.
"Zleceniodawca" - osoba fizyczna lub prawna zamawiająca/zlecająca ogłoszenie w e-newsletterze lub na stronie www Harvard Business Review Polska oraz mailing reklamowy
"Reklama" - ogłoszenie, materiał promocyjny, banner lub inna forma publikacji
"Tytuł" - czasopismo wydawane przez Wydawcę
"Cennik" - dostarczony w formie elektronicznej lub drukowanej dokument zawierający informacje o cenach, warunkach technicznych oraz dostarczania materiałów do druku.

§2

Przyjmowanie do publikacji reklam jest dokonywane w oparciu o Zasady Ogólne, Cennik oraz obowiązujące zasady prawa.

§3

1. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczanych reklam.
2. Zleceniodawca zobowiązany jest do naprawienia ewentualnych szkód powstałych po stronie Wydawcy w związku z treścią opublikowanej reklamy.
3. Wydawcy przysługuje prawo odmowy opublikowania materiałów reklamowych przekazanych do publikacji, jeżeli ich publikacja byłaby sprzeczna z prawem, dobrymi zwyczajami, naruszałaby normy etyczne, w szczególności zaś mogła narazić Wydawcę na odpowiedzialność.
4. Wydawca ma także prawo odmówić zamieszczenia reklamy, jeżeli, jej treść lub forma jest sprzeczna z Umową licencyjną HBRP lub charakterem pisma.
5. Wydawca zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia lub odmowy publikacji reklamy bez podania przyczyny.

II. Przyjmowanie i realizacja zleceń.

---

§4

Publikacja reklamy jest dokonywana na podstawie pisemnego zlecenia, które Zleceniodawca jest zobowiązany dostarczyć Wydawcy w terminie 10 dni przed emisją.

§5

Zlecenie, o którym mowa w §4 powinno zawierać:
- rodzaj, wielkość i format zamawianej reklamy
- datę emisji (wysyłki)
- liczbę powtórzeń, ewentualne zmiany formatów i materiałów
- nazwisko osoby kontaktowej wraz z numerem telefonu
- pieczątkę firmy oraz podpis osoby uprawnionej
- adres siedziby firmy
- numer NIP

§6

1. W przypadku, gdy Zleceniodawca dopiero podejmuje współpracę z Wydawcą, Zobowiązany jest dostarczyć:
Osoby prawne
- aktualny odpis z KRS
- regon
- decyzję o nadaniu numeru NIP
Osoby fizyczne
- aktualne zaświadczenie z ewidencji działalności gospodarczej
- regon
- kserokopię dowodu osobistego
- decyzję o nadaniu numeru NIP
2. W przypadku określonym w ust 1 Wydawca zastrzega sobie prawo do wymagania wniesienia przedpłaty, w wysokości 100%, w terminie 8 dni przed datą emisji. Za termin płatności uważa się dzień wpłynięcia środków na konto Wydawcy.
3. Zleceniodawca zobowiązany jest poinformować o wszelkich zmianach w treści dokumentów określonych w ust 1.

§7

Zleceniodawca zobowiązany jest podpisać i opieczętować potwierdzenie, które zostanie mu przesłane przez Wydawcę oraz odesłać je w terminie 10 dni przed emisją.

§8

1. Zleceniodawca zobowiązany jest przesłać w terminie i zgodnie z określonymi warunkami technicznymi materiały gotowe do druku.
2. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za wady druku spowodowane złym, niezgodnym z warunkami technicznymi przygotowaniem materiałów.

§9

1. Niedotrzymanie terminu dostarczenia potwierdzenia zlecenia oraz wszelkie inne uchybienia formalne (określane w Zasadach Ogólnych) zwalniają Wydawcę z obowiązku realizacji zlecenia oraz ewentualnej odpowiedzialności, jaka mogłaby powstać z tego tytułu.
2. Niedotrzymanie terminu dostarczenia materiałów do druku, jak również dostarczenie materiałów nie nadających się do druku wywołuje skutki określone w ust 1, co nie zwalnia Zleceniodawcy z obowiązku zapłaty kwoty wynikającej z potwierdzenia zlecenia.

§10

1. Ewentualne zmiany zlecenia reklamy lub rezygnacja z emisji powinny być zgłaszane przez Zleceniodawcę na piśmie i w terminie 5 dni roboczych przed terminem emisji.
2. Ewentualne zmiany materiałów reklamowych, w razie konieczności ich wprowadzenia, powinny być zgłaszane przez Zleceniodawcę na piśmie i w terminie 1 dnia roboczego przed terminem emisji.
3. W przypadku wątpliwości i niejasności, co do zakresu i rodzaju zgłaszanych zmian, a także w przypadku przekroczenia terminów, określonych w ust. 1 na ich zgłaszanie, Wydawca ma prawo do realizacji pierwotnej wersji zamówienia.
4. Wydawca może nie uwzględnić zmian, zgłoszonych w terminach określonych w ust. 1 niniejszego paragrafu, jeżeli ich wprowadzenie okaże się niemożliwe ze względów technicznych, nie ponosząc z tego tytułu Żadnej odpowiedzialności wobec Zleceniodawcy.

§11

Wydawca nie gwarantuje wyboru miejsca zamieszczenia reklamy w e-newsletterze lub na stronie www Harvard Business Review Polska, chyba Ŝe podpisane przez Strony zlecenie stanowi inaczej.

§12

W uzasadnionych wypadkach Wydawca uprawniony jest do odmiennego od Zasad Ogólnych określenia warunków realizacji zlecenia.

III. Płatności i rabaty

---

§13

Za zamówione ogłoszenie Zleceniodawca zobowiązany jest zapłacić wynagrodzenie określone w Zleceniu, obliczone na podstawie cen określonych w aktualnym cenniku.

§14

Wynagrodzenie zostanie przelane na konto Wydawcy.

§15

Zleceniodawca zobowiązany jest do przelania środków z tytułu wynagrodzenia na podstawie faktury VAT w terminie 14 dni od daty jej otrzymania, z zastrzeżeniem poniższych ust.:

1. W przypadku dokonywania przez Zleceniodawcę przedpłaty płatność powinna nastąpić najpóźniej na 10 dni przed datą emisji.
2. Wydawcy przysługuje prawo do uzależnienia przyjęcia zlecenia od dokonania przedpłaty w wybranym przez Wydawcę terminie. Za termin płatności uważa się dzień wpłynięcia środków na konto Wydawcy.

IV. Reklamacje

---

§17

1. Reklamacje dotyczące realizacji zlecenia Zleceniodawca zobowiązany jest zgłaszać na piśmie w terminie 7 dni roboczych od daty emisji.
2. Złożenie reklamacji nie zwalnia Zleceniodawcy z obowiązku opłacenia kolejnych publikacji.

V. Postanowienia Końcowe

---

§18

Niniejsze Zasady Ogólne zamieszczania reklam wchodzą w Życie z dniem 01.01.2009.

§19

W sprawach nieuregulowanych w niniejszych Zasadach Ogólnych zastosowanie mają odpowiednie
przepisy Kodeksu Cywilnego, Prawa Prasowego i inne przepisy.