PRATIQUER LES NOUVEAUX MÉDIAS EN PUBLICITÉ MÉDICALE : LIMITES ET OPPORTUNITÉS

AUCUNE SESSION DISPONIBLE

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Analyser les textes applicables aux nouvelles technologies web 2.0 en matière de publicité médicale
- Identifier les spécificités liées aux nouveaux media tels que sites internet, réseaux sociaux, applications smartphones ….
- Définir les limites et opportunités en termes de publicité et/ou communication

LE PLUS DE CETTE FORMATION :

Des ateliers pratiques seront proposés aux participants pour les faire travailler en situation réelle ; de nombreux exemples seront évoqués.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES :

Alternance de présentations, d'exemples et d'ateliers pratiques. Un temps spécifique sera dédié à une mise en situation favorisant ainsi la réflexion des participants et l'interactivité. Un support est remis aux participants

PUBLIC CONCERNÉ :

Pharmaciens, médecins, fonctions marketing impliqués dans le circuit de la publicité ACCESSIBILITE : Pour toute situation de handicap, merci de nous contacter pour envisager la faisabilité de la formation.

PRÉ-REQUIS :

Aucun prérequis n'est demandé pour suivre cette formation.

FORMATEURS :

Sophie ROUILLARD, PharmaLex France, consultant senior. Elle est pharmacienne de formation, avec 20 années d'expérience en Affaires Réglementaires (France, Europe, USA – enregistrement, contrôle de publicité…). Après plusieurs expériences en milieu hospitalier et au sein de différents groupes pharmaceutiques, elle a rejoint PharmaLex en tant que consultante Affaires Réglementaires fin 2021.

INFORMATIONS PRATIQUES :

DURÉE : 7 heures (1 jour)

CODE : PUBEM

LIEU : FORMATION A DISTANCE

PRIX :

- 925€ H.T. participant abonné PharmaLex
- 1020€ H.T. participant non abonné PharmaLex
- 830€ H.T. participant abonné supplémentaire
- 925€ H.T. participant non abonné supplémentaire

CONTACT POUR INSCRIPTION :

formations@pharmalex.com
+33 (0)1 47 59 87 95
+33 (0)1 47 59 87 88
Tour CB 21, 16 place de l'Iris, 92400 Courbevoie - France

PROGRAMME :

FORMATION A DISTANCE

Offre spéciale : -10% (les tarifs ci-contre réduction incluse)

DURÉE : 1 jour

1 – QUELQUES RAPPELS SUR LA RÉGLEMENTATION DE LA PUBLICITÉ

2 – LA CHARTE INTERNET

- Principe et contenu
- Les différentes applications (sites internet, visites médicales à distance, réseaux sociaux et applications…)

3 – VISITE MÉDICALE A DISTANCE

- Site internet dédié avec aide-de-visite en ligne : les points-clés
- Les conditions d'accès
- Le contenu du site, interactivité
- Les limites
- Les actions post-visites

4 – LE SITE INTERNET DU LABORATOIRE

4-1 Principaux éléments

- La limite entre communication et publicité
- Les services en ligne : commandes de documents
- La section « produits »
- La mise en ligne de communiqués de presse
- Les flash codes
- Les liens avec d'autres sites internet du laboratoire ou extérieurs et les réseaux sociaux ; gérer son portefeuille de sites internet

4-2 Le site internet « pathologie »

- La limite entre communication et publicité

4-3 Le site internet publicitaire

- Règles générales de la publicité à appliquer
- Règles spécifiques à appliquer

5 – LES APPLICATIONS POUR SMARTPHONE

- Applications à but promotionnel
- Applications en vue du bon usage
- Applications en lien avec la santé : collecte de données et transmission
- Frontières avec les dispositifs médicaux
- Frontières avec la télémédecine

6 – FORUMS DE DISCUSSION

- Mise en place : qui anime ? qui héberge ?
- Limite avec la publicité

Pour information, ci-dessous les tarifs de la session présentielle :

- *1 025 € HT participant abonné PharmaLex*
- *1 135 € HT participant non abonné PharmaLex*
- *925 € HT participant abonné supplémentaire*
- *1 025 € HT participant non abonné supplémentaire*