



PRATIQUER LES NOUVEAUX MÉDIAS EN PUBLICITÉ MÉDICALE : LIMITES ET OPPORTUNITÉS

14 NOVEMBRE 2022

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

PRÉ-REQUIS :

Aucun prérequis n'est demandé pour suivre cette formation.

FORMATEURS :

Frédérique LEREDDE, Consultante – Réglementation en matière de publicité des médicaments. Forte d'une expérience de plus de 30 ans en industrie, elle a occupé plusieurs postes liés à la responsabilité pharmaceutique pour finalement se spécialiser en contrôle de la publicité. Responsable du pôle Publicité au sein des affaires réglementaires de Lilly France durant près de 15 ans, elle a exercé sa fonction par délégation du Pharmacien responsable. Elle a acquis une solide expérience dans l'analyse des documents promotionnels en vue des demandes de visas et dans l'activité de conseil auprès des équipes pour la faisabilité de leurs projets frontières. Son expertise dans la qualification de l'information a été un atout majeur pour organiser la démarche qualité demandée par le référentiel de certification.

INFORMATIONS PRATIQUES :

DURÉE : 7 heures (1 jour)

CODE : PUBEM

LIEU : FORMATION A DISTANCE

PRIX :

CONTACT POUR INSCRIPTION :

- 797.20€ H.T. participant abonné PharmaLex a.r.c.
- 880.70€ H.T. participant non abonné
- 717.50€ H.T. participant abonné PharmaLex a.r.c. supplémentaire
- 797.20€ H.T. participant non abonné supplémentaire

@ 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

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