LES RÈGLES DE LA PUBLICITÉ APPLIQUÉES AUX ANNONCES PRESSE, ANNONCES TV ET ÉLÉMENTS LÉGERS D'INFORMATION MÉDICALE COLLECTION « SUPPORTS PUBLICITAIRES »

AUCUNE SESSION DISPONIBLE

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Connaître les principaux textes réglementaires à mettre en oeuvre selon les supports
- Maitriser le contenu d'un support publicitaire donné
- Appliquer les recommandations de l'ANSM pour ces supports

LE PLUS DE CETTE FORMATION :

Des ateliers pratiques seront proposés aux participants pour les faire travailler sur des documents publicitaires conçus comme des cas réels.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES :

Alternance de présentations, d'exemples et d'atelier pratique. 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 la conception des documents publicitaires. 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 :

Blandine BOURRINET, PharmaLex France, consultant senior. Elle a passé environ 15 ans en affaires réglementaires au sein de laboratoires pharmaceutiques, en filiales avec des activités de gestion de portefeuille produits (AMM, variations, publicité, essais cliniques, expertise éléments de conditionnement…) et également en centre de développement européen : procédure centralisée et contact européen pour des produits en phase précoce de développement. Puis elle intègre un organisme de formation où elle met sa compétence réglementaire au service de la formation pendant 7 ans. En 2015, elle rejoint A.R.C. Pharma, devenu PharmaLex, pour prendre en charge la création et le développement d'une offre de formation principalement axée sur des thèmes réglementaires et sur la pharmacovigilance. Elle met à profit sa double expertise, industrie pharmaceutique et formatrice, pour bâtir des programmes de formations à visée pratique et opérationnelle. Elle participe également au conseil réglementaire et à des missions d'audit des établissements exploitants.

INFORMATIONS PRATIQUES :

DURÉE : 7 heures (1 jour)

CODE : PUBELIM

LIEU : FORMATION A DISTANCE

PRIX :

- 925€ H.T. participant abonné Pharmalex
- 1020€ H.T. participant non abonné PharmaLex
- 830€ H.T. participant abonné supplémentaire
- 928€ 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 – LES ANNONCES PRESSE

- Caractéristiques d'une annonce presse
- Exigences réglementaires pour les annonces presse
- Les annonces presse au travers d'exemples
- Les spécificités d'une annonce presse grand public
- Des particularités : taille de l'annonce presse, mentions obligatoires, visuels, etc.
- Obtention et évolution des visas publicitaires

3 – LES ANNONCES TÉLÉVISUELLES

- Les spots relatifs à des médicaments
- La communication pathologie
- La communication entreprise

4 – ÉLÉMENTS LÉGERS D'INFORMATION MÉDICALE

- Les types de documents possibles, leurs caractéristiques
- Exigences réglementaires pour les éléments légers d'information médicale
- Le cas d'une fiche posologique
- Obtention et évolution des visas publicitaires

5 – LES GRANDS PRINCIPES DE CONCEPTION POUR CES SUPPORTS

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*