



PRATIQUER LES NOUVEAUX MÉDIAS EN PUBLICITÉ MÉDICALE : LIMITES ET OPPORTUNITÉS

6 JUIN 2024

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.

Et/ou

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 formations 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 : PUBEM

LIEU : FORMATION A DISTANCE

PRIX :

CONTACT POUR INSCRIPTION :

- 887€ H.T. participant abonné PharmaLex
- 980€ H.T. participant non abonné PharmaLex
- 798€ H.T. participant abonné supplémentaire
- 887€ 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

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

- 986 € HT participant abonné PharmaLex
- 1 089 € HT participant non abonné PharmaLex
- 887 € HT participant abonné supplémentaire
- 986 € HT participant non abonné supplémentaire