

La communication sur le médicament : identifier l'information promotionnelle et non promotionnelle

Classe virtuelle

- Vous saurez analyser les projets de communication de votre société.
- Vous saurez orienter les actions de communication de l'entreprise, et accompagner vos collègues dans cette démarche.
- Vous saurez analyser et anticiper les risques liés à cette activité.

Formation d'une durée de 3h00 : 14h00 - 17h00

PROGRAMME

La publicité des médicaments : bref rappel de la réglementation, illustré à l'aide de cas concrets (jurisprudence)

Analyse et échanges au travers d'exemples, cas pratiques et retours d'expériences

- Catégorisation d'activités de communication : promotion, activités institutionnelles, communication environnementale, activités médicales, activités commerciales
- Catégorisation des cibles : professionnels de santé, patients, associations regroupant ces personnes

- Enjeu des modalités et voies de communication : supports, ciblage, portée de la communication, public, visite à distance, réseaux sociaux...
- Importance du type d'acteur véhiculant l'information et conséquences : discussion autour de cas pratiques et d'exemples
- Requalification d'une communication : quels sont les critères qui seraient analysés ? Quelles en sont les conséquences ? Illustration succincte à l'aide de jurisprudences

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Maîtriser les exigences réglementaires liées à la communication externe sous toutes ses formes (promotionnelle, environnementale, institutionnelle, commerciale, médicale).

Analyser et catégoriser les projets de communication et situations à partir de cas concrets.

Savoir conseiller les acteurs impliqués dans les projets de communication.

PUBLIC CONCERNÉ

Direction générale, pharmaciens responsables et pharmaciens responsables intérimaires, compliance officers, directions juridiques, managers et opérationnels des services affaires pharmaceutiques, affaires réglementaires, contrôle de la publicité, marketing, communication, affaires médicales, assurance qualité, affaires publiques/institutionnelles, auditeurs internes, formateurs de réseau de visite médicale.

L'Ifis se réserve le droit de refuser l'inscription de personnes n'appartenant pas aux entreprises du médicament.

0.43 JOUR

→ 07 juin 2024

549.00€ HT

Adhérents Ifis

Code produit : **COMM**

PROGRAMMATION

07 juin 2024
A Distance

TARIFS

549.00 € H.T Adhérents Ifis
610.00 € H.T Industries de santé
793.00 € H.T Prix public

CONTACT

Amélie BOURGEAIS
01 41 10 26 21
a.bourgeais@ifis.fr

Programme déclinable en intra, pour vos seuls salariés.
Merci de nous contacter.

INTERVENANTS

Vincent BOUQUET

Docteur en droit et docteur en pharmacie, il est actuellement directeur des affaires pharmaceutiques et pharmacien responsable chez Mundipharma.

PÉDAGOGIE

Méthode B Vidéo projection du support PowerPoint. Partage d'expérience avec le formateur. Explication par l'exemple. Etudes de cas au cours desquelles les préoccupations et interrogations des participants sont systématiquement privilégiées. Remise d'une documentation pédagogique.

PRÉ-REQUIS

Prérequis : AUCUN.

Chaque formation donne lieu à l'envoi d'une attestation de fin de formation.

ÉVALUATION DES ACQUIS ET INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Évaluation par quiz de type QCM pouvant être effectué post-formation sur plateforme informatique ou sur papier. À l'issue de l'évaluation des acquis, les résultats sont communiqués.

Les locaux de l'Ifis sont accessibles aux personnes en situation de handicap

Les personnes en situation de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement afin d'étudier ensemble les modalités d'accès requises.

TAUX DE SATISFACTION

100 %



PROGRAMMATION

07 juin 2024
A Distance

€ TARIFS

549.00 € H.T Adhérents Ifis
610.00 € H.T Industries de santé
793.00 € H.T Prix public

CONTACT

Amélie BOURGEOIS
01 41 10 26 21
a.bourgeois@ifis.fr

*Programme déclinable en intra, pour vos seuls salariés.
Merci de nous contacter.*