

¿Cómo evitar la retirada de
campañas por incumplimiento de
la regulación y/o código ético?

Cuestiones controvertidas
sobre la

Promoción Online de MEDICAMENTOS

Estar en los **Social Media** es **imprescindible** para los
responsables de la promoción de medicamentos

- Porque los **LABORATORIOS FARMACEUTICOS** no pueden estar al margen de la **Web 2.0**
- Porque desde el **MARKETING FARMACEUTICO** es fundamental **tener conocimiento suficiente** para **diseñar** las **campañas** de acuerdo a las exigencias de la **evaluación** de las **Autoridades**
- Porque desde el **REGISTRO FARMACEUTICO** es imprescindible **dominar** la **norma** que **guía** las **actividades** de **promoción**

▶ Madrid, 24 de Octubre de 2012
Hotel NH Príncipe de Vergara

▶ **Impartido por 3 profesionales
del Sector Farmacéutico:**

Antonio Blanco Luengo
ASTRAZENECA

José Luis Núñez Recuero
JOHNSON & JOHNSON

Alejandro Touriño Pena
ECIJA

▶ **Ahorre 300€**

si efectúa el pago antes del 23 de Julio



¡Inscríbese ahora!

902 12 10 15

inscrip@iir.es • www.iir.es

TAMBIEN EN INCOMPANY

Promoción Online de MEDICAMENTOS

Un seminario de gran interés para

- Regulatory Affairs
- Director de Marketing
- Responsable de Publicidad
- Director Técnico

AGENCIAS DE COMUNICACION

- Area Healthcare

Un análisis actual, práctico y concreto de las claves de la Publicidad y Promoción de Medicamentos presentado por PROFESIONALES EXPERTOS

Antonio Blanco Luengo

Licenciado en Farmacia por la Universidad San Pablo CEU y Diplomado en Ciencias Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid. Dedicado desde hace 7 años al marketing farmacéutico. Desde el 2007 trabaja en AstraZeneca. Ha liderado diversos proyectos de comunicación farmacéutica a través de Internet y marketing multicanal entre los que destacan el portal InfoRespira.es en 2009, la Comunidad 2.0 sobre Trastorno Bipolar PuedoSer.es en 2010 y el sitio NosConectaLaSalud.com que funciona desde septiembre de 2011. A título personal publica el blog de marketing y variedades <http://elaltavozdelascosabuena.blogspot.com> Desde marzo de 2011 dirige la Unidad de Nuevos Canales en AstraZeneca.

José Luis Núñez

Doctor en Farmacia y Especialista en Farmacia Industrial y Galénica, ambos por la UCM. Comenzó su trayectoria en la Industria Farmacéutica hace casi 20 años en Laboratorios Alter, donde desempeñó diversos cargos en Producción, Desarrollo y Registros. A continuación paso a ser el responsable del departamento técnico de Ratiopharm España. En el año 2000, se hizo cargo de la Gerencia de Registros de GSK. Con su entrada a J&J, como Director del Departamento de Registros y Medical Affairs, comienza una nueva etapa dentro del mundo de la comunicación, en este caso de los medicamentos sin receta, con autorización para publicidad directa al público. Actualmente es Director de Desarrollo de Negocio y Marketing Promocional en J&J

Alejandro Touriño

Licenciado en Derecho por la Universidad de Santiago de Compostela; Master en Derecho Internacional y Relaciones Internacionales por la Universidad Complutense de Madrid y Master en Práctica Jurídica, por la escuela de Práctica Jurídica de dicha Universidad. Ha completado su formación con cursos de postgrado en la University of Brighton, la WIPO Academy o el Instituto de Empresa, en materias relacionadas con las Nuevas Tecnologías, la Propiedad Intelectual y el Derecho del Entretenimiento. En la actualidad ejerce su actividad su actividad Profesional como Socio del área de Information Technology de ECIIJA. Compagina su labor profesional con la docencia en masters universitarios, es colaborador asiduo de prensa jurídica especializada y autor del blog "legal e-digital" publicado en lainformacion.com

PROGRAMA Madrid, 24 de Octubre de 2012

9.15

Recepción de los asistentes

9.30

LAS OPORTUNIDADES DE LA WEB 2.0: ¿qué alternativas ofrecen internet y las redes sociales frente a los medios de promoción tradicionales?

- ¿Cuáles son las posibilidades de la Web 2.0 para la promoción de medicamentos? ¿Cómo aprovecharlas?
- ¿Por qué los laboratorios farmacéuticos tienen que estar activos en una red social? ¿Por qué deben aprovecharse?
- ¿Cuánto de efectiva puede llegar a ser la presencia de la marca en función de diferentes factores: target, segmentos de destinatarios, costes, competencia, etc.?

Antonio Blanco Luengo

Gerente de Nuevos Canales para Región EMEA
ASTRAZENECA

10.30

EL CPS DE LA WEB 2.0. CASOS PRACTICOS

- ¿Cómo pueden cumplir las regulaciones vigentes que afectan a la publicidad de sus productos cuando deciden promocionarlos a través de internet y de las redes sociales?
- ¿Cómo afrontar las limitaciones de espacio y el control de una comunicación que se produce en tiempo real?
- ¿Qué criterios prácticos son de utilidad para conseguir que la publicidad de un medicamento sea compatible con la información contenida en su ficha técnica vigente y aprobada?

- ¿Qué estrategias seguir para acelerar el proceso de aprobación?
- ¿Qué controles post aprobación realizan las autoridades?

José Luis Núñez Recuero

Director de Desarrollo de Negocio y Marketing Promocional en J&J
JOHNSON & JOHNSON

11.30

Café

12.00

Continuación de la ponencia

14.00

Almuerzo

15.30

ASPECTOS LEGALES DE LA WEB 2.0 Y LAS REDES SOCIALES EN EL SECTOR FARMACEUTICO

- Régimen jurídico aplicable a la publicidad de fármacos en redes sociales
- Impacto jurídico del Social Media en el entorno farmacéutico
- El tratamiento de datos personales en el entorno farmacéutico
- Aspectos legales de la agregación de contenidos vinculados a la industria farmacéutica

Alejandro Touriño Pena

Socio Area Information Technology
ECIIJA

17.30

Fin de la Jornada y clausura del seminario

iRegístrese!

Tel. 902 12 10 15

@iIR_Spain

www.iir.es

inscrip@iir.es

Promoción Online de MEDICAMENTOS

Madrid, 24 de Octubre de 2012 BS1285

PRECIO	1.299€*	3ª INSCRIPCION
Si efectúa el pago hasta el 28 de Septiembre	1.099€*	DESCUENTO 15%
hasta el 23 de Julio	999€*	

*18% de IVA no incluido

B/AFE

Media Partner


EL DERECHO
GRUPO FRANCIS LEFEBVRE

PDF