



IBARRALEY
Trade Law

**Seminario de Regulación
Sanitaria en
Creación de
campañas publicitarias**
Para la
Industria 
Farmacéutica

**Temario exclusivo.
2022.**

Seminario especializado para la creación, control y prevención de carácter legal del marketing farmacéutico con la finalidad de prevenir multas, sanciones y situaciones de cuidado ante esta importante rama de la salud humana.

Derechos reservados
Ibarraley Trade Law 2022



il-tl.com

Resumen y objetivos.

Los productos medicinales, los fármacos y medicamentos requieren de una regulación legal especial para la creación de su publicidad.

Este seminario tiene como base mostrar la regulación previa y básica para poder ofrecer y realizar servicios publicitarios en la materia de medicamentos y compañías farmacéuticas, identificar cuales son las autorizaciones sanitarias previas de cumplimiento, construir y conservar la reputación de la agencia de publicidad o empresa publicitaria y poder observar de forma preventiva las situaciones de carácter legal que inciden en la creación de anuncios tanto para consumidores como para profesionales para la salud.

Este curso no versa sobre marketing, versa sobre bases legales operativas ante el organismo regulador federal para evitar multas, sanciones y clausuras reales de publicidad.



Temario. Sesión 1

Tema 1. Introducción a la publicidad sanitaria.
Conceptos básicos de regulación sanitaria.

Tema 2. Marketing y publicidad engañosa.
Creación de campañas sin caer en conceptos engañosos.

Tema 3. Disclaimers, derechos y obligaciones.
Establecimiento de derechos y obligaciones para consumidores y la protección legal.

Tema 4. Ejes rectores de publicidad de salud.
Información básica con fundamento legal de afirmaciones e información en salud.

Tema 5. Agencia publicitaria.
Responsabilidad legal de la creación de la publicidad de la empresa farmacéutica.

Temario. Sesión 2.

Tema 1. Legislación Mexicana.
Aplicable a la materia de publicidad sanitaria en México.

Tema 2. Breve explicación de las NOM.
Mecanismos de control legal adicional a considerar dentro de la publicidad de salud.

Tema 3. Medicamentos y legislación.
Diversos productos farmacéuticos para el mercado mexicano y su regulación.

Tema 4. Contratación básica.
Para la creación de campañas publicitarias.

Tema 5. Ente regulador COFEPRIS.
Conocimiento básico de la autoridad federal sus atribuciones y limitantes de acción.

Temario. Sesión 3

Tema 1. Verificación sanitaria.
Fundamentos de la revisión legal de la autoridad.

Tema 2. Permiso de publicidad sanitaria.
Explicación práctica de la autorización y trámite.

Tema 3. Medios de difusión de la publicidad.
Alcance y peso legal de cada una de ellos.

Tema 4. Clausura y sanciones de publicidad
Consecuencias reales de publicidad no regulada.

Tema 4. Ofertas y promociones.
Regulación especial de ofertas.

Tema 5. Marketing digital y publicidad.
Alcance, uso y vigilancia en regulación.