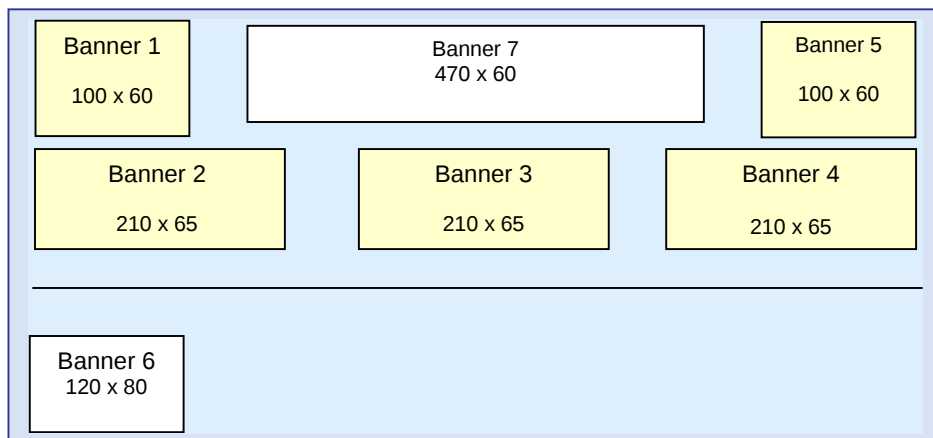


PRECIOS PUBLICIDAD INFOCOPONLINE

Disponemos de 5+2 espacios publicitarios, en forma de banners, que pueden ser estáticos o animados. Los espacios disponibles de manera habitual, son del 1 al 5. Existe un sexto banner ubicado en columna izquierda, al final de la página, y un banner no disponible de forma habitual que es el central (banner 7):



Localización del banner	Tamaño *	Precio durante la primera semana	Asesoramiento o diseño de banner por nuestros especialistas	
			Diseño banners estáticos	Diseño banners dinámicos
Banner 1	100 x 60	70 €	+ 150 €	+ 180 €
Banner 2	210 x 65	65 €		
Banner 3	210 x 65	65 €		
Banner 4	210 x 65	65 €		
Banner 5	100 x 60	50 €		
Banner 6	120 x 80	40 €		
Banner 7	470 x 60	250 €		

* En píxeles

LOS SUPLEMENTOS POR PERMANENCIA EN LA PÁGINA SON

Banners	Suplemento segunda semana:	Suplemento tercera semana:	Suplemento cuarta semana en adelante
Banners 1, 2, 3 y 4	40 €	40 €	40 €
Banner 5	40 €	30 €	30 €
Banners 6	30 €	25 €	25 €
Banners 7	60 €	55 €	50 €

Contacte con nosotros para más información:

Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos

C/Conde de Peñalver 45, 5ª Planta Izda - 28006, Madrid
Tlf.: +34 91 444 90 20 - Fax.: +34 91 309 56 15
E-mail: edicion@cop.es - Web: www.infocoponline.es

NORMAS PARA LA PUBLICIDAD EN LAS PUBLICACIONES DEL CONSEJO GENERAL DE COP

En la reunión de 21 de Junio de 2008, la Junta de Gobierno del COP ha tomado la decisión de acomodar, de forma más efectiva, el contenido de la publicidad que se inserta en sus publicaciones con los principios que respalda públicamente en torno a la defensa de la Psicología como ciencia y profesión.

La publicidad que se inserte en los medios de comunicación del COP se atenderá, en todos los casos, a los principios éticos, de decoro y de defensa de la Psicología como ciencia y profesión que son exigibles a una organización como el COP.

En este sentido, y desde hace ya bastante tiempo, la Organización Colegial ha venido manteniendo, en diversos foros tanto oficiales como profesionales, que la formación post-grado, referida explícitamente a algún ámbito de la Psicología, debería estar encaminada únicamente a psicólogos. Así mismo, el COP, en su calidad de miembro de la EFPA (Federación Europea de Asociaciones de Psicólogos), está comprometido con el desarrollo del Certificado de Acreditación para Psicólogos Especialistas en Psicoterapia, y los principios que lo sustentan, siendo uno de los más relevantes, la consideración de que la formación especializada en Psicoterapia debe estar ligada a una formación básica en Psicología, y articulada en torno a unos criterios exigentes de calidad.

En consecuencia, y con el ánimo de dar un mensaje claro y coherente a nuestros colegiados y a la sociedad en general, la publicidad de post-grado que se inserte en las publicaciones del COP deberá guardar las siguientes normas:

1. Cuando se inserte publicidad en alguna de las publicaciones del Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos (Infocop, Infocop Online, Papeles del Psicólogo, Psychology in Spain, Boletines de distribución por correo electrónico) que haga referencia expresa o implícita a formación postgrado en algún campo de la Psicología, dicha formación deberá estar dirigida únicamente a psicólogos, y el texto del anuncio deberá decir expresamente que dicha formación está dirigida únicamente a psicólogos.
2. Cuando se inserte publicidad en alguna de sus publicaciones (Infocop, Infocop Online, Papeles del Psicólogo, Psychology in Spain, Boletines de distribución por correo electrónico) que haga referencia expresa o implícita a formación en el campo de la Psicoterapia, dicha formación deberá estar dirigida únicamente a médicos y psicólogos, y el texto del anuncio deberá decir expresamente que dicha formación está dirigida únicamente a psicólogos o médicos.
3. En ningún caso, los anuncios insertados en cualquier publicación colegial podrán incluir referencia alguna a acreditaciones concedidas por sociedades nacionales o internacionales que no hayan suscrito los correspondientes acuerdos de reconocimiento mutuo con la EFPA (Federación Europea de Asociaciones de Psicólogos) o el Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos. Se excluyen de esta norma las acreditaciones concedidas por organismos oficiales españoles.

Toda la publicidad que se inserte en los medios de comunicación del COP deberá ser aprobada por el Director General de Publicaciones del COP o por el Decano.