



## TÉCNICO EN VENTAS

IMUR - INSTITUTO DE MARKETING DEL URUGUAY - fue fundado en 1985 con el objetivo de brindar servicios de investigación de mercado, consultoría y capacitación a empresas, agencias de publicidad, medios de comunicación, instituciones y personas que lo soliciten.

Hoy, a 24 años de su fundación, conscientes del valor estratégico de la información y la capacitación como variables claves del éxito empresarial, IMUR ha conformado un equipo de profesionales vinculados a las áreas de administración, marketing, psicología, sociología, estadística, recursos humanos e informática, para poder brindar un asesoramiento calificado a sus clientes.

En este sentido, IMUR tiene como principios básicos:

- ◆ Establecer un vínculo de compromiso con el cliente, lo que implica brindar servicios “a medida” y asistirlo en la toma de decisiones cuando este lo sugiera.
- ◆ La actualización y capacitación permanente de su staff.
- ◆ La incorporación de profesionales de otras áreas de conocimiento cuando los servicios a brindar lo requieran.
- ◆ El desarrollo de una ética en el campo profesional en el que operamos.

La prestigiosa cartera de clientes que solicitan nuestros servicios avala nuestra actuación. Entre ellos merece destacarse los Centros Comerciales e Industriales de Florida, Tacuarembó, Colonia y de Paysandú. Empresas como Roemmers, L'OREAL, ANP, SECOM, etc.

En el periodo comprendido entre el segundo semestre del año 2003 y noviembre de 2009 se han realizado 71 conferencias y 270 cursos a los que han asistido más de 9.500 personas.

Es de destacar el alto grado de satisfacción que han demostrado los participantes con los diversos temas que han sido tratados.

Dentro de los programas de capacitación desarrollados se destaca el de **TÉCNICO EN VENTAS** que va en su 4ª edición.

A continuación se detallan las principales características del programa.

## R@M – Revista de Administración y Marketing

Revista sobre las Ciencias de la Administración y Marketing con artículos de renombrados autores.

La revista es gratuita y se encuentra en nuestro site:

[www.imur.com.uy](http://www.imur.com.uy)

[http://www.imur.com.uy/imur\\_bol.html](http://www.imur.com.uy/imur_bol.html)

## Premio al mejor artículo de Marketing - Brasil

El artículo de Marketing desarrollado por el director de IMUR, denominado “La auto imagen de las mujeres de Santa Cruz do Sul / RS y la relación con el consumo” compitió con 400 y fue elegido el mejor de Brasil en el congreso de las Licenciaturas de ese país hermano.

Vea más en:

[http://www.enangrad.org.br/xixenangrad/novidades/trabalhos\\_premiados/13/](http://www.enangrad.org.br/xixenangrad/novidades/trabalhos_premiados/13/) el artículo lo puede obtener en:

[http://www.imur.com.uy/Revista/RAM\\_ACADEMICA\\_4.zip](http://www.imur.com.uy/Revista/RAM_ACADEMICA_4.zip)

## **OBJETIVO**

El objetivo general del programa es desarrollar el conocimiento de la teoría del Marketing, con la finalidad de preparar a los alumnos para enfrentar el ambiente competitivo de los mercados, posibilitando de esa manera su desarrollo personal.

Se trabaja específicamente en tres áreas:

- Desarrollo de conocimientos,
- Capacitación para la toma de decisiones,
- Transmisión de experiencias.

Está dirigido a personas que desean introducirse en temas mercadológicos o profundizar sus conocimientos en ellos.

## **TITULACION**

**IMUR posee convenios con:**

**Facultad de Los Inmigrantes de Caxias del Sur – FAI – <http://www.portalfai.com>**

Los egresados de nuestros programas obtienen dos certificados: el nuestro y el de la citada facultad. El precio de dicho certificado es de U\$ 90.

## **FORMA DE TRABAJO**

Trabajo intensivo con seminarios / talleres. El ritmo de trabajo es:

4 horas semanales - 2 materias por mes - Total: 14 materias.

Además se agregan horas de trabajos domiciliarios.

Grupo 1: Martes y Jueves de 19 a 21 hs.

Grupo 2: Sábado de 9 a 13.00 hs.

## **TEMARIO**

### **1. MARKETING ENFOCADO EN EL CLIENTE – 8 HORAS**

Tiene como objetivo introducir al alumno en la filosofía de Marketing, así como a los conceptos básicos de esta disciplina que se van desarrollando a lo largo del año.

### **2. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR – 8 HORAS**

Pretende brindar elementos que permitan la comprensión del comportamiento del consumidor en relación a las actividades de la empresa, para posibilitar el uso óptimo de las acciones de Marketing.

### **3 Y 4. TECNICAS DE VENTAS 1 Y 2 – 16 HORAS**

Capacitar y desarrollar habilidades en las técnicas que son utilizadas en las entrevistas de ventas como forma de aumentar la productividad de la empresa.

### **5. ATENCIÓN AL CLIENTE – 8 HORAS**

Formar a los participantes en la utilización de las técnicas de atención al cliente como instrumentos para lograr una mayor satisfacción de los clientes.

### **6. GERENCIA DE VENTAS – 8 HORAS**

Busca capacitar y desarrollar en el alumno habilidades gerenciales en el manejo de los vendedores, como forma de aumentar la productividad de la empresa.

### **7. PUBLICIDAD – 8 HORAS**

Provee conocimientos para el manejo de esta importante herramienta comunicacional y de impulsión de Marketing.

### **8. TÉCNICAS DE NEGOCIACIONES – 8 HORAS**

Desarrollar habilidades negociadoras en los participantes mediante la comprensión del proceso negociador, las variables que influyen en este proceso y las estrategias que pueden ser aplicadas.

### **9. POLITICAS DE PROMOCION – 8 HORAS**

Pretende dar a conocer el alcance de esta herramienta que puede dirigirse hacia los consumidores, los comerciantes y a la fuerza de venta.

### **10. MERCHANDISING – 8 HORAS**

El presente curso tiene por objetivo introducir al alumno en el conocimiento de los diferentes puntos de vista del merchandising: el del distribuidor y el del fabricante.

### **11. MARKETING DIRECTO Y ELECTRONICO – 8 HORAS**

Propicia el conocimiento de los conceptos, estructura y aplicación del Marketing Directo y sus nuevas modalidades como el Marketing Electrónico, así como sus vínculos con la Estrategia y la planificación de Marketing.

### **12. EVENTOS, FERIAS Y EXPOSICIONES - 8 HORAS**

Enseña a los participantes las diversas formas de organizar, eventos, ferias, exposiciones, y rondas de negocios.

### **13. PLAN DE VENTAS – 8 HORAS**

Da a conocer los elementos necesarios para confeccionar un plan de acciones de Marketing destinado a desarrollar un producto o servicio determinado.

### **14. OPCIONAL 1 (VERANO)**

### **15. OPCIONAL 2 (VERANO)**

Las materias pueden ser variadas por decisión de IMUR.

### **16 y 17. PROYECTO 1 Y 2**

Desarrollo de un Diagnóstico y de un Plan de Ventas.

Las materias pueden ser variadas por decisión de IMUR.

## DOCENTES (LISTA PARCIAL)

### **CARLOS MELLO MOYANO**

Doctor en Ciencias de la Administración - UFRGS/Brasil

Master en Ciencias de la Administración - UFRGS

Director de IMUR

Profesor de Investigación de MKTG y MKTG Internacional en postgrados y maestrías de universidades brasileñas, argentinas y paraguayas.

Fundador, responsable del proyecto y ex-coordinador del Programa de Postgrado en Marketing: UCUDAL/PPGA/UFRGS

Consultor de empresas

### **WALTER DELGADO**

Administrador de Empresas – EDA, UR

Licenciado en Marketing - ENU - UDE/ADM

Post graduado con nivel de especialización en MKTG - UCUDAL / UFRGS

Cursando Master en Marketing – UCUDAL

Profesor de “Políticas de Productos” y “Marketing Estratégico”

### **HERMAN GARAT**

Contador Público - UR

Licenciado en Administración – UR  
Experto en Logística – Instituto de Logística Iberoamericano y el Instituto Catalán de Logística  
Profesor en temas vinculados con Distribución y Política de Precios  
Secretario Técnico de la Dirección Nacional de Transporte del Ministerio de Transporte y Obras Públicas

**ROBERTO BOJORGA**

Licenciado en Ciencias de la Comunicación – UR  
Gerente del Centro Comercial, Industrial y Agrario de Las Piedras.  
Editor del Semanario electrónico, Informe Uruguay  
Asesor de empresas en las áreas de Comunicación y Marketing.

**ALEJANDRO OTAZÚ**

Licenciado en Ciencias de la Comunicación – UR  
Pos grado en Marketing – UDE  
Analista en Marketing - ORT  
Director de Otazú Salle Comunicación

**JORGE CASTRO**

Licenciado en Sociología  
Consultor de Empresas

**MARIANA KENNY**

Licenciada en Marketing – UDE  
Estrategias en Marketing Internacional - UNIVERSIDAD DE MIAMI  
Estrategia Comercial e Investigación de Mercado – UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

**MAGDALENA BAS VILIZZIO**

Doctora en Derecho y Ciencias Sociales  
Licenciada en Relaciones Internacionales

**ALEJANDRO BARREIRO CAVESTANY**

Licenciado en Ciencias Históricas  
Director de Barreiro & Asociados Comunicación

**INFORMES**

**Peatonal Sarandí 512**  
**915 9131 - 916 7629**  
**[imur@imur.com.uy](mailto:imur@imur.com.uy)**  
**[www.imur.com.uy](http://www.imur.com.uy)**