



## TÉCNICO EN RELACIONES PÚBLICAS

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 25 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 que hemos desarrollado para el año 2010, se encuentra el de **TÉCNICO EN RELACIONES PÚBLICAS**.

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/novidades/trabalhos\\_premiados/13/](http://www.enangrad.org.br/novidades/trabalhos_premiados/13/)

El artículo lo puede obtener en: [http://www.imur.com.uy/Revista/Tapa\\_RAM\\_ACADEMICA\\_4.gif](http://www.imur.com.uy/Revista/Tapa_RAM_ACADEMICA_4.gif)

## OBJETIVO

El objetivo general del programa es desarrollar el conocimiento de la teoría y práctica de la comunicación aplicada al área de las Relaciones Públicas, con la finalidad de preparar a los alumnos para enfrentar este nuevo sector en un 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.

## TITULACION

IMUR posee convenios con:

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

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.

Días de clase: martes y jueves de 19 a 21 horas.

## TEMARIO

### 1. LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL ÁMBITO DE LA EMPRESA – 8 HORAS

Tiene por objeto introducir al alumno en el arte de las relaciones públicas, las cuales en un mundo competitivo y convulsionado han cobrado un importante rol en la vida empresarial.

### 2. PRINCIPIOS Y REGLAS DE LA COMUNICACION – 8 HORAS

Brinda los conocimientos en el área de la comunicación, en los que se basan las aplicaciones de las relaciones públicas. Teorías aplicadas de la comunicación, introducción a los tipos de comunicación, verbal, no verbal, personal, grupal o masiva.

### 3. PROTOCOLO Y CEREMONIAL – 8 HORAS

Introduce al alumno en las reglas de protocolo, y ceremonial, público y privado. Reglas de precedencia, ubicación, etiqueta y buenas costumbres, administración del tiempo.

### 4. EVENTOS, FERIAS Y EXPOSICIONES - 8 HORAS

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

### 5. INVESTIGACION DE MARKETING – 8 HORAS

Introduce al alumno en el área de investigación, en particular en el mundo de la comunicación. Sondeos, muestras, encuestas, auditorias, etcétera.

### 6. PRESENTACIONES PERSONALES EFECTIVAS Y ORATORIA – 8 HORAS

Provee las herramientas acertadas para logra una efectiva presentación personal, utilizando los recursos de la comunicación gestual y de la comunicación verbal, tanto personal como en auditorios o medios masivos.

### 7. TALLER DE REDACCION COMERCIAL – 8 HORAS

Busca perfeccionar los métodos de redacción comercial, cartas, documentos, comunicados, invitaciones, contestaciones, quejas y reclamos, etc.

**8. NEGOCIACION – 8 HORAS**

Introduce al alumno en el sutil arte de la negociación, ofreciéndole las técnicas de negociación que tienden al ganar – ganar, en base a métodos científicos. Solución de conflictos.

**9. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL – 8 HORAS**

Tiene como objetivo mostrar las diversas formas de comunicación dentro y fuera de la organización empresarial. Que se comunica, como, hacia quien. Las relaciones con y entre los públicos internos, y también la interrelación con los públicos externos, incluyendo el periodístico. Que debe comunicar la empresa en tiempos de crisis y en tiempos normales.

**10. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL – 8 HORAS**

Establece los conceptos que aplica la empresa como devolución hacia la sociedad en la cual se encuentra inmersa. El concepto del equilibrio social, y la retroalimentación de la empresa y sus públicos.

**11. CONCEPTOS DE MARKETING APLICADO – 8 HORAS**

Introduce a los alumnos en los conceptos básicos del marketing, los que le permitirán comprender cual es la finalidad de la empresa y sobre los que las relaciones públicas influyen.

**12. PUBLICIDAD, PROMOCION, PATROCINIO Y AUSPICIO – 8 HORAS**

Conocimientos de técnicas aplicadas a un ámbito en común y con un propósito similar.

**13. LIDERAZGO Y MOTIVACION – 8 HORAS**

El liderazgo es una actitud propia del relacionista público, proactiva, contagiante a los demás públicos.

**14. IMAGEN CORPORATIVA – 8 HORAS**

Enseña como establecer una imagen global y única de la empresa que identifique a la empresa. Colores, conceptos, y diseños que destacan rápidamente a una empresa y sus productos.

**COORDINADOR**

**ROBERTO BOGORJA**

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.

**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

**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)