



Técnico de Comunicación y Publicidad

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 2008 se han realizado 61 conferencias y 230 cursos a los que han asistido más de 8.500 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 Taller de Comunicación y Publicidad que va en su 2ª 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/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/

El artículo lo puede obtener en: http://www.imur.com.uy/Revista/Tapa_RAM_ACADEMICA_4.gif

OBJETIVO

El curso desarrollado bajo la modalidad de taller está dirigido a futuros profesionales del sector de la comunicación publicitaria, así como actuales trabajadores jóvenes en el área que quieran precisar conocimientos y ampliar en áreas que lo lleven a una visión más global y con conocimientos de actualidad. Se plantea enriquecer el repertorio intelectual y experimental de los cursantes y capacitarlos para generar estrategias de comunicación ya sea en área creativa, de

cuentas o pautado y utilización profesional de medios de comunicación.

FORMA DE TRABAJO

Por su carácter de taller los cursos se desarrollarán con una metodología esencialmente interactiva, con las particularidades de cada asignatura. Se realizarán sesiones prácticas donde el alumno pueda ejercitar el aprendizaje teórico y cruzar a la vez los conocimientos que vaya incorporando de las diferentes materias.

Podrán participar algunos invitados en las diferentes especializaciones, que serán creativos o directores de alguna Agencia Publicitaria a efectos de brindar sus conocimientos específicos y experiencias sobre el tema.

El ritmo de trabajo es:

4 horas semanales - 2 materias por mes - Total: 15 materias.

Además se agregan horas de trabajos domiciliarios.

Grupo 1: Lunes y Miércoles de 19 a 21 hs.

Grupo 2: Sábado de 9 a 13.00 hs.

TEMARIO

1.- INTRODUCCIÓN AL MARKETING

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

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.- CREATIVIDAD 1

Materia dirigida a promover el uso de nuevos estilos de pensamiento para generar procesos creativos y últimos estilos de innovación e inventiva aplicables a una realidad profesional.

4.- ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN 1

Desarrollo de herramientas internacionales para el cumplimiento de objetivos a partir de una situación dada. Análisis de públicos, recompensas y de la marca. Utilización de los medios de comunicación.- Tradicionales y no tradicionales.

5.- CREATIVIDAD 2

Aprendizaje del concepto y la aplicación de la estrategia creativa. Generar ideas con un objetivo claro: "vender nuestros productos." Crear nuestra marca. Imagen deseada.

6.- ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN 2

Hacer el análisis de todo el mundo que ya no es masivo. Un consumidor que encontramos con otras herramientas de medios: Marketing Directo, Internet. Boca a boca.

7.- ESTRATEGIA Y SELECCIÓN DE MEDIOS

Aprender a fijar las estrategias para la presencia en la selección de los medios de comunicación masivos. Horarios, costos y ubicaciones.

8.- PRODUCCION AUDIOVISUAL

Aprendizaje del mundo audiovisual. Como se produce una película. Filmación- Desarrollo de un guión. Presupuestación. Edición. Grabación en Estudio de Audio. Experiencias nacionales e internacionales.

9.- PRODUCCION GRÁFICA

Desarrollo de la gráfica en todo su amplitud. Aplicación de logotipos,letras, símbolos. Crecimiento del entorno gráfico: el aviso en la prensa- Carteles, afiches. La Revista.

10.- DIRECCION DE CUENTAS

Área de especialización en la comunicación. Profesionalización en la relación Cliente –Agencia de Publicidad o Cliente –asesor.- Es el cargo que establece la estrategia de comunicación de nuestro cliente junto al área creativa. y de medios

11.- DIRECCION Y PLANIFICACION DE MEDIOS

Aprendizaje de las funciones de un Dpto. de Medios de comunicación. Evaluación de ratings. Públicos. Programación. Interpretación. Estrategias a seguir. Análisis de competencia.

12.- DIRECCION EN EL AREA CREATIVA

Área de especialización en la comunicación. Dirección en la estrategia creativa. Diseño de campañas publicitarias y de comunicación, junto al área de Cuentas.

13.- OPCIONAL 1 VERANO

14.- OPCIONAL 2 VERANO

15.- TALLER DE PROYECTO

COORDINADOR

ALEJANDRO BARREIRO CAVESTANY

Licenciado en Ciencias Históricas

Director de Barreiro & Asociados Comunicación

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 VILIZIO

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

www.imur.com.uy