



ANALISTA EN MARKETING

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 2010 se han realizado 81 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 **ANALISTA EN MARKETING** que va en su 18ª 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/xixenangrad/novidades/trabalhos_premiados/13/ el artículo lo puede obtener en:

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: 21 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.

Inicio: 21 y 24 de abril

TEMARIO

1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING – 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. POLITICAS DE DISTRIBUCION – 8 HORAS

Tiene como finalidad introducir al alumno en los conceptos básicos sobre canales de distribución y estrategias de la distribución física.

4. TECNICAS DE VENTAS – 4 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 – 4 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. POLITICA DE PRODUCTOS – 8 HORAS

Brinda al alumno los conceptos fundamentales sobre los productos y establece su importancia relativa en la gestión de la empresa.

7. PNL APLICADA A LAS VENTAS – 8 HORAS

Con el apoyo adicional de las técnicas de Programación Neurolingüística brindar herramientas analíticas para el éxito profesional y personal.

8. 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.

9. PUBLICIDAD – 8 HORAS

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

10. 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.

11. 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.

12. 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.

13. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS – 8 HORAS

El objetivo principal del curso será el análisis del mercado. Con énfasis en los tipos de investigación más usuales.

14. MARKETING ESTRATEGICO – 8 HORAS

Aporta elementos para poder elaborar estrategias de Marketing exitosas, analizando la situación de las marcas en las distintas situaciones del mercado

15. RELACIONES PÚBLICAS – 8 HORAS

Formar a los participantes en la utilización de las relaciones públicas como herramientas de apoyo a la gestión gerencial.

16. 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.

17. MARKETING INTERNACIONAL – 8 HORAS

Comprender los fundamentos del Marketing internacional y que este en condiciones de analizar, evaluar e implantar estrategias de Marketing Internacional en empresas exportadoras, mediante el desarrollo de un plan de enseñanza /aprendizaje que combine las exposiciones y los trabajos grupales

18. TALLER DE MARKETING PERSONAL - 8 HORAS

Analizar los conceptos y las herramientas de Marketing para utilizarlos en beneficio propio al culminar el programa de Analista en Marketing.

19. EVENTOS, FERIAS Y EXPOSICIONES - 8 HORAS

Enseña a los participantes las diversas formas de organizar, eventos, ferias,

exposiciones, y rondas de negocios.

20. PLAN DE MARKETING – 8 HORAS

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

21. OPCIONAL 1 (VERANO)

22. OPCIONAL 2 (VERANO)

Las materias pueden ser variadas por decisión de IMUR.

23. y 24. PROYECTO 1 Y 2

Desarrollo de un Diagnóstico y de un Plan de 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”

HUGO LETTIERI

Administrador de empresas - EDA - UR

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

Profesor en temas de Marketing Directo, Telemarketing y Marketing de Servicios.

Consultor de empresas

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
www.imur.com.uy