



ESPECIALISTA 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 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 que hemos desarrollados para el año 2011, se encuentra el de **ESPECIALISTA 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/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 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 – 12 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 – 12 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 – 12 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 - 12 HORAS

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

5. INVESTIGACION – 12 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 – 12 HORAS

Provee las herramientas acertadas para logra un 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 – 12 HORAS

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

8. NEGOCIACION – 12 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 – 12 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 – 12 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.

15. OPCIONAL 1 (VERANO)

16. OPCIONAL 2 (VERANO)

Las materias pueden ser variadas por decisión de IMUR.

17 y 18. PROYECTO 1 Y 2

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”

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

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