

PROYECTO
DE CAPACITACIÓN

**PROGRAMA DE DESARROLLO
COMERCIAL
PDC**

2011

IMUR - INSTITUTO DE MARKETING DEL URUGUAY

Peatonal Sarandí 512
CP 11100 – MONTEVIDEO – URUGUAY
598 2 915 9131 // 916 7629
www.imur.com.uy
imur@imur.com.uy

INTRODUCCION

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 **PDC – PROGRAMA DE DESARROLLO COMERCIAL-**

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

Proporcionar a los participantes de los cursos, los fundamentos básicos y la información actualizada de las siguientes temáticas, así como proporcionar instrumentos prácticos para el desarrollo de habilidades de gestión en cada área.

FORMA DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Trabajo intensivo con seminarios / talleres. El ritmo de trabajo es:
6 horas semanales por cada seminario - Total: 3 seminarios.

FECHAS, HORARIOS Y LUGAR DE LOS CURSOS.

1.- COMO CAPTAR Y RETENER CLIENTES.-

Fechas: 14, 16, 21 y 23, /03

Horarios: 18:30 a 21:30 hs.

2.- COMO NEGOCIAR CON ÉXITO

Fechas: 28, 30/03 y 4 y 6/04

Horarios: 18:30 a 21:30 hs.

3.- COMO INVESTIGAR UN MERCADO EXTERNO.-

Fechas: 11, 13, 25 y 27/04

Horarios: 18:30 a 21:30 hs

LUGAR: sede de IMUR, Sarandí 512 entre Treinta y Tres e Ituzaingó.

TELEFONOS PARA INSCRIPCIONES: 2 915.91.31 y 2 916.76.29 de 10 a 18 hs.

E-mail: imur@imur.com.uy

PROGRAMAS

COMO INVESTIGAR Y OPERAR UN MERCADO EXTERNO

OBJETIVO

Brindar a los participantes los conocimientos necesarios para planificar una investigación de mercados externos, de manera de poder interpretar y aprovechar las oportunidades que estos nos ofrecen, aumentando la competitividad de sus productos, planificando estrategias de precios, distribución y comunicación.

TEMA	DESCRIPCIÓN
1.- MACROAMBIENTE INTERNACIONAL	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing internacional vs marketing local • Incidencia de los factores culturales • Globalización y regionalización • Aspectos demográficos y geográficos Ejercicio
2.- METODOS DE INVESTIGACION DE MERCADO.	<ul style="list-style-type: none"> • Métodos de investigación aplicados a los mercados externos • Obtención de datos Ejercicio
3.- SELECCIÓN DE MERCADOS EXTERNOS.	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis FODA • Diagnóstico de la situación de la empresa • Errores más comunes • Experiencia de empresas nacionales Ejercicio
4.- INFORMACION A TENER EN CUENTA.	<ul style="list-style-type: none"> • Reglamentaciones aduaneras • Código arancelario • Tributación • Origen • Valor en aduana Ejercicio
5.- PRODUCTOS EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES.	<ul style="list-style-type: none"> • Productos locales vs. internacionales y vs. mundiales • Adaptación del producto vs. estandarización • Servicios en los mercados internacionales • Experiencia de empresas nacionales Ejercicio
6.- PRECIOS PARA LA EXPORTACION	<ul style="list-style-type: none"> • Composición de Precios de exportación • Incoterms • Estrategias de precios • Dumping Ejercicio

<p>7.- COMUNICACIONES INTERNACIONALES.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicaciones internacionales • Globalización vs localismos • Publicidad global • Estrategias de promoción global • Ventas masivas internacionales <p>Ejercicio</p>
<p>8.- DISTRIBUCION INTERNACIONAL Y ACCESO A MERDADOS EXTERNOS.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Logística Comercial Internacional • Franquicias y licencias • Experiencia de empresas nacionales <p>Ejercicio</p>

CV DE DOCENTE

MAGDALENA BAS VILIZIO

Es **Doctora en Derecho y Ciencias Sociales** y **Licenciada en Relaciones Internacionales** de la Universidad de la República. Actualmente se dedica al ejercicio liberal de la abogacía y consultoría en comercio exterior y marketing. Es docente de Marketing y Comercio Exterior en diversos institutos privados, así como **Aspirante a Profesor Adjunto de Comercio Internacional y Derecho Internacional Público en la Facultad de Derecho de la Universidad de la República.**

COMO NEGOCIAR CON ÉXITO**OBJETIVO**

Brindar al alumno los conceptos fundamentales sobre el método de negociación sobre principios (Método de Harvard) basados en la estrategia de “ganar – ganar”. Explicar y analizar diferentes estrategias y tácticas de desarrollo o presión.

PROGRAMA

SESION	TEMA	DESCRIPCION
1	Negociación en base a posiciones e intereses	<ul style="list-style-type: none">• Negociación en base a posiciones• Negociación sobre intereses• Separar a las personas del problema• Descubrir los intereses• Inventar mutuos beneficios• Criterios objetivos• Qué pasa si ellos no entran en el juego• Qué pasa si ellos juegan sucio• Ejercicio
2	Etapas de una negociación Tácticas y Estrategias	<ul style="list-style-type: none">• Etapas de una negociación• Estrategias• Tácticas de desarrollo• Tácticas de presión• Ejercicio
3	Taller de Negociación	<ul style="list-style-type: none">• Ejercicio• Análisis del acuerdo obtenido

CV DEL DOCENTE

GRACIELA CASAS

- Técnico Universitario en Administración de Empresas.- EDA/UR
- Técnico Universitario en Administración Pública.- EDA/UR
- Egresada del Programa de Extensión en Gestión Empresarial.- IMUR
- Egresada del Curso de Metodología de la Investigación.-ONSC/CLAD
- Analista de Organización y Métodos y de Recursos Humanos .-UTE (Egresada del Centro de Tecnología y Productividad Industrial). MIE
- Integrante del Staff de Mejora de Gestión de UTE.-Consultora Española.Unión Electrica Fenosa.-
- Consultora Junior en Comercio Exterior.Proyectos Regionales.Residencia en Brasil(1992 a 1996).-
- Participación en Proyectos de Mejora de Gestión para el municipio de Santa Vitoria do Palmar.-
- Consultora en Recursos Humanos y en Reingeniería – Fortaleza/San Pablo y Río Grande do Sul.-
- Docente, Conferencista y autora de publicaciones de Gestión Empresarial y temas diversos relacionados a la Administración de los Recursos Humanos.-
- Docente con Tutorías en emprendimientos del Programa EMPRECREA apoyado por el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

COMO CAPTAR Y RETENER CLIENTES.

OBJETIVO

Propiciar el conocimiento de las claves fundamentales de la captación y retención de clientes, su importancia central en la gestión comercial de las micro y pequeñas empresas, como asimismo permitir una aproximación práctica al tema, a través de las principales habilidades y herramientas implicadas en el mismo.

TEMA	DESCRIPCION
<p>1.- LA PREPARACION COMERCIAL.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La orientación al cliente: concepto, cultura y valores de la misma. • Valor agregado y satisfacción del cliente. • Qué debemos preparar para vender. • Relación entre Marketing y Ventas personales. • Ventas relacionales: qué son y su importancia. • La ética en Ventas <p>Ejercicio.</p>
<p>2.-EL ARTE DE BUSCAR CLIENTES: LA PROSPECCION.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Qué es prospectar y cómo debemos encarar esa actividad. • Fuentes de prospección: cuáles existen y cómo elegir las. • El plan de prospección. • La calificación de los prospectos. • El comienzo del vínculo con los prospectos. <p>Ejercicio.</p>
<p>3.-EL CONTACTO CON EL POTENCIAL CLIENTE.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Generando buena sintonía: la apertura. • Investigando necesidades: el sondeo. • La presentación de los productos o servicios. • El manejo de objeciones. • El cierre de ventas. • Extendiendo la relación: la fidelización para retener al cliente. <p>Ejercicios.</p>
<p>4.- LA INTEGRACION DEL MARKETING DIRECTO AL TRABAJO COMERCIAL.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El telemarketing e Internet como apoyo al trabajo de Ventas. • Técnicas básicas para dialogar a distancia con el cliente. • Cómo integrar el trabajo a distancia con los contactos personales. • Enriqueciendo la información de los clientes para fidelizarlos. <p>Ejercicio.</p>

CV DEL DOCENTE

Peter JÜPTNER

TÍTULOS: Licenciado en Gerencia & Administración de Empresas – Universidad ORT
Profesor egresado del área de Administración & Servicios – INET

ACTIVIDAD DOCENTE:

Profesor de Marketing en: Consejo de Educación Técnico Profesional
Profesor de Gestión Empresarial en: Consejo de Educación Técnico Profesional
Profesor de Marketing Estratégico: Instituto de Marketing del Uruguay

ACTIVIDAD PROFESIONAL:

Director de HELIOS TRADE COMPANY S.R.L. Empresa de trading dedicada básicamente a alimentos e hidrocarburos y sus derivados.

INFORMES

Peatonal Sarandí 512
915 9131 - 916 7629
imur@imur.com.uy
www.imur.com.uy