



**Cursos de Especialización Online
em Marketing, Gestão e Marketing
para Fornecedores, Profissionais e Produtores
do Setor Agrícola.**

Promoção do mês Novembro:

Descontos de 50% sobre o valor dos cursos.

E 10% DE DESCUENTO ADICIONAL PARA ESTUDANTES,
PROFESSORES E PROFISSIONAIS SUB 30.

Relatórios e registro:

**FORUM LATINO-AMERICANO DE MARKETING AGRÍCOLA
54 911 21895486 info@foroagro.com.ar**

FORO LATINOAMERICANO DE MARKETING AGROPECUARIO
Capacitación y estrategias con los pies sobre la tierra
[Volver a principal](#)

Por que criamos esses cursos de especialização:

A cadeia de suprimentos, no nível de distribuição, é composta, em sua maioria, de profissionais das ciências agrícolas, que não possuem treinamento formal em gestão de negócios ou planejamento estratégico de marketing e vendas.

Por outro lado, as empresas fabricantes e fornecedores, também são fornecidos para o seu marketing e vendas, profissionais das ciências agrícolas, com deficiências semelhantes.

A falta de treinamento em áreas-chave de sua gestão faz com que eles se tornem inseguros e vulneráveis, como já vimos nos últimos vinte anos, em mais de cinco mil pessoas treinadas em ambos os grupos.

Para resolver esses problemas de forma abrangente e concreta, apresentamos um portfólio de cursos on-line curtos, práticos e específicos para os diferentes atores do setor agrícola, o que lhes permitirá realizar profissionalmente os processos de Marketing, Gestão, Comunicação e Marketing para aqueles que produzem e comercialização de grãos e gado, e também para aqueles que exercem o fornecimento de bens e serviços agrícolas, proprietários, gerentes ou executivos que geralmente possuem treinamento produtivo e não negócios.

Todos os cursos foram escritos por especialistas renomados que se concentram em seus conteúdos e currículos, respectivamente, a maior base de conhecimento e experiência do cone sul.

As características e os professores tornam esses cursos únicos e realmente específicos para o setor. E eles deixaram em grande parte satisfeitos (8,50 pontos em 10, em média) para mais de 1500 profissionais de seis países, que os fizeram desde 2008, da Argentina, Uruguai, Paraguai, Bolívia, Costa Rica, Espanha, Colômbia, Honduras, Nicarágua, Chile, México e Equador.

Quais são as vantagens das versões on-line dos nossos cursos:

1 - você possui seus tempos: o aluno começa os cursos quando ele quer, e administra seus tempos de estudo. O campus virtual está disponível 24 horas por dia, 365 dias por ano.

2-Você não precisa viajar: o que economiza tempo e custos. Além disso, muitos dos interessados em tomar esses cursos, vivem em países onde ainda não foram ensinados, ou não podem viajar para as cidades

3 - você não perde nada do curso assistido: porque temos uma plataforma de treinamento virtual que efetivamente substitui a cursada face a face.

4 - você assegurou resultados: porque as metodologias de estudo, monitoramento e avaliação de alunos asseguram os resultados da aprendizagem.

5 - você economiza muito: porque com este sistema os participantes economizam até 80% dos custos, entre o menor custo de inscrição em relação aos cursos na sua versão cara a cara, além das economias em despesas de viagem, despesas de viagem e estadias o que exigiria que eles frequentassem as aulas.

6-certificação do consultor com o maior reconhecimento na América Latina: porque todos os cursos incluem uma certificação do Fórum Latino-Americano de Marketing Agrícola, instituição líder em treinamento e consultoria para fornecedores agrícolas e profissionais do setor.

7-contatos profissionais e profissionais no nível continental: porque o modo de distância, através do campus de treinamento, permite a interação entre profissionais de todos os países de língua espanhola, criando oportunidades de trabalho, comerciais e profissionais para estudantes.

Contexto do Fórum Latino-Americano de Marketing Agrícola

Em 2014, o **Fórum Latino-Americano de Marketing Agrícola** realizou vinte anos de atividade ininterrupta. Até à data, cerca de 10 mil alunos participaram de nossos cursos, de mais de 400 empresas e instituições de quinze países:

De Argentina: DowAgro, DowAgro, Monsanto, Dekalb, Syngenta, Gleba, La Tijereta, ASP, Merial, Arysta, Morgan, Bunge, Cargill, Bayer Cropscience, Basf, Sancor Seguros, Advanta, Bioceres, Gear, Fedea, Coop. Agrícola y Ganadera de Sunchales, Produsem, Sursem, Rizobacter, Don Mario, DSM, AFA, Alianza Semillas, Profertil, Semillero Don Atilio, Criadero El Cencerro, Stoller, Sintesis Química, Suterra, Acay Agro, Campoamor SA, Nutrifoliar SA, Rindes & Cultivos, Rexalia, Lab. Agroinvest, Alea & Cia, Lab. Brouwer, Centro de Diagnóstico Veterinario, Asoc. Cooperativas Argentinas, TimacAgro, Bayer veterinaria, SPS, Conci, Agro San José, Banco Santander, Red Surcos, CKC, Campo Empresa SA, Formulagro, Quimeco, ILSA, Agrolider, Nitrap, UAP, Aproagro, Agroservicios San Lorenzo, Agrometal, Mainero, OSVALDO FANTINI Y CIA. S.R.L, Agricheck, Valtra, Coop El Progreso, CRIT Ceres, AGCO, Siner, Philagro, Chiesagro, Vet. Marzullo, Vet. Sancti Spiritu, Granado prod. veterinarios, Lab. Over, Fumisem, Martínez & Staneck, Ceres Tolvas, Casillas La Criolla, Vet. El Rodeo, Semillero Ra-sú, Arán Tecnologías, Agroinsumos Dionisi, Granel Sur, Compañía Argentina de Granos SA, Royjo SA, Agropecuaria San Justo SRL, Langelotti, Integral Insumos, Areco Semillas, AIANBA, Agroquímicos del Sur, Agro21, Agrofó, HA Bertone, El Bozal, Los Cerros agropecuaria, GeoAgro, AgroPulso, Agroinsumos SA., Todo para el campo, Campo & asociados, Sanchez Agronegocios, Agronomía Añatuya, Agrimaq, Agrocontacto, Agro Arroyo, Agro SA, Agroinsumos Añatuya, Agro Integral Insumos, Agroinvest, Agros soluciones, AgroAlmería, Agroservicios SRL, Agrospray, AgroTerra Salto, Agrovet Schang, AIBL, Akron, Alesso & cia, Alesso Agro SA, Alfredo Mondino, Argenetics, AV Agroservicios , Badaloni e hijos, Bagual Investment, Balcarce Maquinarias, Besana SA, Biogénesis Bagó, Bionet, Biotay, CAGSA, Campoamor SA, , Campo 79 , Cantomi Agropecuaria, Cheminova, Chemotécnica, Cofina Agro, Compo, COTIA, Dekampo, Del Sur Marcos Juarez, Dos Cacicques , Drovét, El Cencerro, El Malambo, El Tejar, Farm Chemicals, FASIL, Fertiva, Fitoquímica, FMC, Focseed, Fort Dodge, Funbapa, Gaap, Ganagrín, Genética Mandiyú, Hijos de Giecco SA, Insupec, Intervet, Klein, Kleffmann Group, La Dulce, Lealsem, Los Grobo, Maitén Agro, Maizco, Marti Klyver, MEGA SA, Nidera, Nova, Pannar, Polydem, Puestolob Necochea , Puestolob Lobería , Rayén Laboratorio, Ricetec, Rotam, Rojas Lagarde SA, Seedmech, Semagro, Silos Ullua, Speedagro, Tierra Sur SRL , Unión Agrícola de Avellaneda, Vet. Cabrera, Vet. Escapil, Guará Guazú, A B Y C S.R.L., Coop. Agrícola Ganadera de Rauch, Agro Forzani, Est. La Manga, Tucagro, Insucampo, Agroldeas, Veterinaria Grande, Bovitec SA, Quequensa, Semillería Esperanza, Pla, Sur Entrerriano, Agro-Store, Recuperar SRL, Villanueva SA, Volonté Hnas SA, WFU Nutrevill, Delyar, Brometán.

De Uruguay: Nidera Uruguay, Kalinsur, Agrotterra, Gentos, Agrosan, Wrightson Pas, Soforuta, IPB Seeds, INASE, Urupov, Maisor, Aditivos SA, Biotech, Solaris, Procampo, Doralber, Laboratorio Microsules, Nutrapet, Barraca Erro, Sancor Seguros, Dapama, Nutrea, CAMAGRO, URUPOV, CUS, Prolesa, TimacAgro, Siembra SRL, Quique Fellner, Fertisol, Servag, Calmer, Presence, Ferti+, Sementium, Chelir, Viendal SA, Tanzi, Interagrovia, Sementium, Agromas, CUM, El Sauzal, Nutral, Nuevo Surco, Campouno, ALUR, Balz Bioenergetic S.A., Fertiprado, Duplex, Melazzi, Agrosilo, DeLeon, Agroventas, Uruagro, Nutriblock, Copagran, Il Tramonto, Nutrifera, Ambev, Kilafen, Estancia Bichadero, Agrocentro, Airos, Alori, Del Comercio SRL, Fertilcor, Gama Rural, etc.

De México: Zoetis, PISA, Dow Agrosiences, Chemtura, Harrys Moran, Velsimex, Agrolita, Industrias Químicas del Cobre, Bayer Cropscience, Terramac, Sedarh, Procows, Agromich, Produterra, Química Amvac, Innovac. Quimix, Atesa de Sinaloa, Arysta Lifescience, Mark al Chemical, Agrosan, Expopet, Integral Agropecuaria, Sifatec, Ferrox, Winfield, Agroindustrias del Norte, Agristar, Tracsa SA, Agrolásticos, AgroHersa, Seipasa, Agrotécnica, Agrolásticos, Biogénesis Bagó, Agr. Nieto, Agrícola JR, Agrícola Tecuman, Agropué, Pueblo Bonito, etc

De Paraguay: Bayer, Cargill, Dekalpar, Cooperativa Colonias Unidas, DVA, Agrolink, APROSEM, Vicoza, Agrosilos, Basf, Agrop. Santa Bárbara, Market, Agrofield, SAGSA, SemAgro, Sempar, Copatia, Tractorepuestos, Agroquímicos del Paraguay, TimacAgro, Fertech, Dupont, Agrofertil, Dupont, Del Campo, Dow Agrosiences.

De Ecuador: Agripack, Sumitomo, Agrofarm, Naturquim, Agraquest, Danec, Marketing Arm International y Dupocsa

FORO LATINOAMERICANO DE MARKETING AGROPECUARIO

Capacitación y estrategias con los pies sobre la tierra

[Volver a principal](#)

De Bolivia: Agriterra, Nutrifertil, Profel, Totalpec, Boviplan, Semillas Nacional, Emerger, Vet. Fortaleza, CIAT, Nutriagro, Agromel, Agrimaster, Biopaz, Fedele, Sem West, Interagro, Auzagroup, Laboratorios IFA, Agroveterinaria La Elvira, Club de mascotas, Agropartners, Agripac, Union Agronegocios, Veterquímica

De Colombia: SEA consultores, Ingeplant, Biocultivares, .

De Guatemala: Agencia Agropecuaria Industrial, Nutrifert, Norel, Marketing Arm International

De Honduras: Alcón, Genfar, Marketing Arm International, Cadelga, Cohorsil, Duwest, Del Campo

De República Dominicana: Marketing Arm International

De Panamá: Marketing Arm International

De Nicaragua: Marketing Arm International, Del Campo y APEM

De Costa Rica: Agrocosta

O nível médio de satisfação dos alunos, através do acompanhamento que é feito através de pesquisas anônimas, classe a classe, é de 8,5 fora de 10.

Destinado a:

1. Proprietários, gerentes, gerentes de vendas, vendedores e jovens profissionais de grandes, médias e pequenas empresas fabricantes e elaboradores de bens para o agro: agroquímicos, mudas, laboratórios veterinários, fabricantes de máquinas, implementos e tratores, etc.
2. Proprietários, gerentes e vendedores de distribuidores, agrônomos, concessionários, veterinários, estoques, agências gerais e agroserviços em geral.
3. profissionais profissionais relacionados à agricultura, veterinária, ing. agrônomos e zootécnicos, etc., ou que exercem suas profissões em relação ao setor.
4. Estudantes universitários avançados que planejam exercer suas profissões no subsistema agroindustrial.
5. Produtores e empresários no setor agrícola
6. Empresários e profissionais de outros setores, que desejam começar a fazer negócios no setor agrícola.

Formato e duração:

100 % virtual:

O aluno tem acesso 24 horas 365 dias por ano ao Campus Virtual com as informações mais completas, específicas e práticas para garantir não apenas a compreensão dos tópicos, mas também a aplicação das metodologias e ferramentas propostas.

O campus virtual possui: classes de pontos de poder, biblioteca, videoteca, auto-avaliação e sistemas de rastreamento de estudantes, bate-papo, videoconferência, fóruns de discussão e sistema interno de comunicação por e-mail.

Além disso, possui suporte permanente de ensino por chat, e-mail ou skype.

A duração dos cursos é de um a três meses, dependendo do número de disciplinas. Também depende da dedicação de cada aluno.

Muito importante:

O Fórum Latino-Americano de Marketing Agrícola tem um mercado de trabalho para toda a América Latina e, se solicitado pelo aluno, solicitamos pesquisas de emprego em seu país e até mesmo no exterior, de acordo com as preferências do aluno.

O campus de treinamento virtual também permite o intercâmbio de informações e o trabalho de equipes de estudantes de diferentes países, gerando um interessante escopo de troca profissional e a possibilidade de estabelecer vínculos comerciais e trabalhistas com toda a América Latina.

FORO LATINOAMERICANO DE MARKETING AGROPECUARIO

Capacitación y estrategias con los pies sobre la tierra

[Volver a principal](#)

Certificação dos cursos:

Todos os cursos são certificados pelo **Foro Latinoamericano de Marketing Agropecuario**.

Tópicos do cursos:

Vendas, Gestão Comercial e Atendimento ao Cliente

Vendas: estratégias. O processo de compra. AIDA, produtos, serviços e atributos. O julgamento de valor. Motivadores de compras. Preparação da reunião de vendas anterior. Análise do cliente. Funções no processo de compra. Acompanhamento. Noções de negociação. Linguagem e expressão nas vendas. Fechamento da venda. A importância da pós-venda. Roll play: processo de início, desenvolvimento e fechamento de vendas.

Direção de vendas: liderança de equipes de vendas. Organização interna. Modelos de organização. Modelos e relatórios de modelos semanais e mensais. Motivação: sistemas prêmios. Prêmios individuais e grupais. Objetivos de curto, médio e longo prazos. Trabalho prático: análise e adaptação de relatórios de vendas ao contexto da própria empresa.

Satisfação do cliente: conceito de cliente externo e cliente interno. Análise dos momentos da verdade. Implementação de soluções para melhorar e fazer um relacionamento duradouro com os clientes. Programas de recrutamento, retenção e fidelização de clientes. Trabalho prático: análise dos momentos de verdade da própria empresa.

Mercados e clientes: Segmentação: usos e benefícios da segmentação de mercado. Critérios de segmentação: o que são e o que servem. Análise estratégica do valor do cliente. Target's. Otimização de recursos econômicos e humanos em relação à classificação de clientes. Trabalho prático: cálculo do valor do cliente de cinco clientes potenciais.

Escrita de planos de marketing e vendas. Planejamento Estratégico

Introdução ao marketing e à gestão. Diferenças e semelhanças entre comercialização em massa e comercialização do setor agrícola. Cadeia comercial e atores do setor agrícola. Comercialização de serviços profissionais: principais características.

Plano de marketing: preparação, implementação, usos, benefícios, análise de caso real. Missão, objetivos, metas, estratégias e recursos. Folhas de trabalho, relatórios, etc. Organização da semana de trabalho: passeios, reuniões, elaboração de relatórios, etc. Diferenças com o Plano de Negócios. Trabalho prático: elaborar um plano de marketing.

Planejamento estratégico: matrizes de planejamento. SWOT, BCG, outros. Usos, análise e tomada de decisão. Trabalho prático: análise de portfólio de produtos e / ou serviços.

Competência: análise do mesmo. Vantagens comparativas, competitivas e diferenciais. Participação de mercado. Estratégias competitivas.

Posicionamento de marcas e imagem profissional

Posicionamento: isto é, sua importância. Posicionamento de marca, produtos e pessoas. Imagem profissional. Ciclo de posicionamento. Medição qualitativa e quantitativa do posicionamento. Desenvolvimento de produtos e serviços.

Branding: desenvolvimento de marcas, slogans e logotipos. Conceito de marca. Nomeação.

Comunicações de marketing integradas

Comunicações integradas no agro: os componentes de um mix de marketing e a criação de um plano de comunicação anual. Orçamentação. Ferramentas de comunicação e mídia: publicidade, promoção, merchandising, público, imprensa, relações públicas, telemarketing, emarketing, marketing direto, eventos e exposições, mídia gráfica, rádio e televisão. Os novos meios virtuais: e-mail e internet. Marketing viral.

Trabalho prático: elaboração de um plano anual de comunicação, plano de mídia e orçamento.

Desenvolvimento de produtos e serviços e inovação: Diretrizes para o processo de inovação e melhoria. Exercícios para incentivar a criatividade dos membros da equipe.

Motivação, liderança e gerenciamento de equipe

Módulo de motivação: comportamento, personalidade. Zona de conforto. Teorias da Motivação. Técnicas efetivas de auto-motivação. Ferramentas para a motivação das equipes de trabalho. Políticas de prêmio para facilitar a automação de equipamentos comerciais.

Módulo de liderança: quem é um líder e como ele age. Características e qualidades de um líder efetivo. Teorias de Liderança. Ferramentas para exercer liderança sem gerar medos. Liderança transformacional. Empoderamento. O anti-líder.

Módulo de trabalho em equipe: os 2 "M" de trabalho em equipe: Motivação e Missão. Os 5 "C": Complementaridade, Coordenação, Complementaridade, Confiança, Compromisso. Funções dentro da equipe. O caso dos sobreviventes dos Andes.

Análise de Problemas e Tomada de Decisão.

Análise de problemas e tomada de decisão.

A importância de resolver problemas Análise de problemas Os usos da análise de problemas

Solução de problemas. A análise das decisões A aplicação da análise das decisões

Problemas potenciais. Implementação de soluções.

Gestão de Ponto de Venda

Ponto de venda: características de um ponto de venda delineado corretamente. Mais erros clássicos no design do ponto de venda. Entrada de mercado: localização, fachada, sinalização exterior, etc. Marketing de saída: compradores motivadores, sinalização, ofertas, exibição correta de produtos, montagem de gôndola e prateleiras. Estratégias de ponto de venda.

Caso: design externo e interno do ponto de venda.

Gerenciamento de tempo e organização de tarefas

Gerenciamento de tempo

A base da eficácia. Tomada de decisões. Como estabelecer prioridades. Concentração versus dispersão. Técnicas para o lançamento de cada objetivo

Negociação:

Princípios da Negociação. Chaves para negociações bem-sucedidas.

FORO LATINOAMERICANO DE MARKETING AGROPECUARIO

Capacitación y estrategias con los pies sobre la tierra

[Volver a principal](#)

Depoimentos de alunos:

"Eu fiz o curso de marketing agrícola com Juan Carlos e ele realmente nos mostrou ferramentas muito úteis para organizar nosso trabalho, focar a visão de negócios e começar a ser criativo. Recomendo a conclusão deste curso, onde, além disso, os estudos de caso de líderes das principais empresas do setor são de valor incalculável".

Ing. Agr. Mariela Andrian (Supervisor de Marketing Gleba SA).

"Juan Carlos oferece um excelente curso, acredito que qualquer empresa comercial com vontade de crescer e melhorar deve fazê-lo".

Ing. Agr. Gerardo Badoglio, (Gte Commercial Agroinvest.)

"Juan Carlos tem sido muito importante para mim e nossa empresa, uma vez que sua contribuição técnica / prática gerou uma mudança substancial em nossa organização, é claro que é nosso mercado (veterinário) e isso é fundamental para um treinador".

Marcelo Salamano (Diretor da Insupec SA).

"O curso parece-me muito bom, é uma coleção de informações, experiências próprias, dicas, etc. manipuladas do ponto de vista do mercado agrícola, o que torna muito valioso e exclusivo para o meio ambiente".

Ing. Agr. Cristian Lopez del Valle (Gte Sales La Tijereta)

"O programa é muito bom, tem uma grande dimensão, tanto pessoal como no local de trabalho, o nível dos convidados é excelente. A maneira de transmitir o conhecimento e a clareza do Dr. Passano torna muito dinâmico e a aplicação ao local de trabalho ao qual pertence".

Ing. Agr. Marcelo Barale (Distribuidor Monsanto Magnum)

"Ele é um excelente comunicador de idéias e conceitos, capaz de orientar seu extenso conhecimento de marketing para a área agrícola. É claro em seus conceitos e com grande amplitude de critério analisar idéias diferentes da sua. Suas melhores qualidades: Fácil de lidar com, Expert, Creative".

Ing. Agr. Diego Ubici (Consultor Técnico Agropulso SA).

"O programa me permitiu abordar a profissão de um ângulo absolutamente diferente, para ver não apenas as necessidades dos pacientes, mas também as necessidades dos pacientes. Ao identificá-los, eu estou conseguindo trabalhar com eles e gerar outros que anteriormente não acreditavam importantes, o que, em última instância, se traduz em benefícios para animais de estimação e para mim como médico".

Med. Vet. Gabriela Martino

"Juan Carlos Passano é um empreendedor que contribuiu para o desenvolvimento do marketing agrícola, como muito poucos fizeram na Argentina. Graças ao seu conhecimento e à sua tenacidade, ele fez muitas empresas e profissionais independentes do setor descobrir os benefícios do treinamento em variáveis de marketing, recriando estratégias e táticas que até alguns anos eram reservados para produtos e serviços em massa. Um bom número de engenheiros agrícolas e técnicos agrícolas lhe devem esta tarefa de treinamento realizada por Juan Carlos, uma parte importante do seu crescimento profissional".

Guillermo González Taboada (presidente GTGA)

"Juan Carlos é uma referência no tema de Marketing Agrícola e alcançou um excelente desenvolvimento no Fórum Latino-Americano de Marketing para o setor, integrando uma proposta com alto conteúdo metodológico e visões multidisciplinares que contribuem com grande valor para aqueles que participam nele. O impulso, a paixão, a dedicação, a criatividade, o compromisso, o valor adicionado e o conhecimento específico da sua área são aspectos que a caracterizam".

Cr. Nelson Pérez Alonso (Presidente das Chaves de Informação Competitiva)

FORO LATINOAMERICANO DE MARKETING AGROPECUARIO

Capacitación y estrategias con los pies sobre la tierra

[Volver a principal](#)

"Tive o prazer de compartilhar com Juan Carlos uma iniciativa de treinamento e fidelidade para a rede comercial SPS. Os resultados obtidos graças ao trabalho de Juan Carlos foram extremamente positivos e satisfatórios. O compromisso e a dedicação de Juan Carlos a esta iniciativa foram fundamentais para o sucesso do projeto. Entre os destaques do mesmo vale a pena destacar a criatividade de Juan Carlos e seu estilo direto e franco que permite uma chegada muito eficaz. Ele é um profissional muito competente e uma pessoa excelente ".

Ing. Agr. Carlos Becco (Seed Care Head, Proteção de Cultivo de Syngenta).

"Juan Carlos gera cursos de treinamento de muito alto nível e muito próximos da realidade do mercado, eu pessoalmente e muitas pessoas da equipe da Syngenta, e seus distribuidores se beneficiaram com eles. Suas habilidades de ensino pessoal são enormes. "

Ing. Agr. Leopoldo Cid (diretor de marketing da Syngenta Marketing Director da Syngenta)

Juan Carlos tem um grande conhecimento em marketing e promoção e uma grande capacidade de expressá-lo e transmiti-lo, de forma amigável e participativa. Considero muito útil participar nos cursos ditados no Fórum Latino-Americano de Marketing, que resultam no complemento justo e necessário para os profissionais que realizam tarefas de vendas. Geralmente focamos nossos méritos ou talentos no conhecimento técnico da questão, mas cada vez mais uma visão mais ampla do assunto é necessária, onde a lógica técnica faz parte da avaliação e da proposta comercial. Reitero a importância de complementar o conhecimento em diferentes áreas e a eficácia de Juan Carlos como facilitador ".

Ing. Agr. Luis Fernández, Representante Técnico Comercial, Seedmech Latinoamérica SRL

"Juan Carlos, é um professor na arte de transferir conceitos, é um profissional em colocar exemplos e dados no que ele ensina. No mercado e especificamente a agricultura é uma referência no país.

Foi muito útil para mim ter discussões, palestras e debates sobre o tema ".

Ing. Agr. Gastón Prada. Conselheiro técnico comercial Agroideas SA.

"Juan Carlos, teve a visão e a constância, para desenvolver um consultor, dedicado ao Treinamento das diferentes propriedades do Setor Agrícola Comercial. Admiro sua Inteligência, Percepção e Constância, em uma tarefa tão importante ".

Cdr. Ricardo Alonso, sócio-gerente da Recuperar SRL.

"Juan Carlos é um excelente profissional, dedicado ao seu trabalho, muito exigente, também é um bom companheiro de equipe, sabe como abordar o trabalho grupal com responsabilidade, assume e cede a liderança de acordo com as necessidades que correspondem ao projeto e ao dificuldades ou exigências que possa ter. Um excelente colaborador e colega de trabalho "

Lic. Eduardo Ubide (Director Area Consulting and Implementation, Infocenter, Espanha)

"Juan Carlos transmite as idéias de forma clara, ajuda a planejar o trabalho de forma eficiente. Suas melhores qualidades: ótimos resultados, Expert, Creative "

Ing. Agr. Matías Flynn, (Gte regional de La Tijereta)

"As aulas ditas de Juan Carlos o ajudam a despertar em nós a criatividade e o entusiasmo para alcançar novos objetivos"

Ing. Agr. María Cecilia Rolle. (Sancor Seguros)

"Juan Carlos é um treinador dinâmico e criativo. Esses atributos, juntamente com o conhecimento, são essenciais para alcançar um aprendizado significativo nas pessoas que habilita ".

Cecilia Cabrera (Socia Veterinaria El Rodeo)

Custos do cursos.

Valores expressos em BRL

<u>Cursos y Módulos</u>	Valor usual	Promoção para os próximos 5 dias úteis	
Ventas, Dirección Comercial y Atención al Cliente	BRL 1400	BRL 700	Mas info
Redacción de Planes de Marketing y ventas. Planeamiento Estratégico	BRL 1400	BRL 700	Mas info
Comunicaciones integradas de marketing Y Manejo de Redes Sociales	BRL 700	BRL 350	Mas info
Posicionamiento de marcas e imagen profesional	BRL 700	BRL 350	Mas info
Manejo del Punto de venta	BRL 700	BRL 350	Mas info
Análisis de Problemas y Toma de Decisiones.	BRL 400	BRL 200	Mas info
Motivación, Liderazgo y Manejo de Equipos	BRL 400	BRL 200	Mas info
Manejo del tiempo y organización de las tareas	BRL 400	BRL 200	Mas info
Futuros y Opciones	BRL 700	BRL 350	Mas info
Finanzas para no financieros	BRL 700	BRL 350	Mas info
Creatividad e innovación	BRL 700	BRL 350	Mas info
Oratoria e imagen profesional	BRL 700	BRL 350	Mas info
Administración de Créditos y Cobranzas	BRL 700	BRL 350	Mas info
Investigación de Mercados	BRL 400	BRL 200	Mas info
Negociación	BRL 400	BRL 200	Mas info

**IMPORTANTE: 20% DE DESCUENTO ADICIONAL PARA ESTUDANTES,
PROFESORES E SUB 30 PROFISSIONAIS.**

(*) 10% de desconto adicional para membros de:

**ABCSEM, ANDEF, ANDAV, ALANAC, ABISOLO, ADICER, ADICOSUL, AEASP, AENDA,
CEARPA, SINDIVEG, ADIAESP, SINDAN, ABRATES, ABRASS, APSEMG, APASSUL,
APROSCEC, CBNA, ASBRAM, ABRASEM, ABRATES, UNIPASTO.**

e profissionais agrônômicos, zootécnicos e de engenharia veterinária colegiados.

Os descontos não são cumulativos

Relatórios e registro:

**FORUM LATINO-AMERICANO DE MARKETING AGRÍCOLA
54 911 21895486 info@foroagro.com.ar**