

## Marketing y plan de negocio de la microempresa



**Área:** ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN

**Modalidad:** Teleformación

**Duración:** 40 h

**Precio:** 20.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

### CONTENIDOS

#### 1. Estrategias de marketing en pequeños negocios o microempresas.

####

1.1. Planificación de marketing:

####

1.1.1. Fundamentos de marketing.

####

1.1.2. Variables del marketing-mix.

####

1.2. Determinación de la cartera de productos:

####

1.2.1. Determinación de objetivos: cuota de mercado, crecimiento previsible de la actividad; volumen de ventas y beneficios previsible.

####

1.2.2. Atributos comerciales.

####

1.2.3. Técnicas de producción.

####

1.2.4. Ciclo de la vida del producto.

####

1.3. Gestión estratégica de precios:

####

1.3.1. Objetivos de la política de precios del producto o servicio.

####

1.3.2. Estrategias y métodos para la fijación de precios.

####

1.4. Canales de comercialización.

####

1.4.1. Acceso al canal y la red de venta.

####

1.4.2. Comercialización online.

####

1.5. Comunicación e imagen de negocio:

####

1.5.1. Público objetivo y diferenciación del producto.

####

1.5.2. Entorno competitivo y misión de la empresa.

####

1.5.3. Campaña de comunicación: objetivos y presupuesto.

####

1.5.4. Coordinación y control de la campaña publicitaria.

####

1.5.5. Elaboración del mensaje a transmitir: la idea de negocio.

####

1.5.6. Elección del tipo de soporte.

####

1.6. Estrategias de fidelización y gestión de clientes.

####

1.6.1. Los clientes y su satisfacción.

####

1.6.2. Factores esenciales de la fidelidad: la satisfacción del cliente, las barreras para el cambio y las ofertas de la competencia.

####

1.6.3. Medición del grado de satisfacción del cliente.

####

1.6.4. El perfil del cliente satisfecho.

####

## **2. Plan de negocio de la microempresa**

####

2.1. Finalidad del Plan de Negocio:

####

2.1.1. Investigación y desarrollo de una iniciativa empresarial.

####

2.1.2. Focalización de la atención en un tipo de negocio concreto.

####

2.1.3. Identificación de barreras de entrada y salida.

####

2.2. Previsión y planificación económica:

####

2.2.1. Definición de una estrategia viable.

####

2.3. La búsqueda de financiación:

####

2.3.1. Materialización de la idea del negocio en una realidad.

####

2.4. Presentación del plan de negocio y sus fases.

####

2.4.1. Definición del perfil del mercado, análisis y pronóstico de demanda, competidores, proveedores y estrategia de comercialización.

####

2.4.2. Estudio técnico de los procesos que conforman el negocio.

####

2.4.3. Coste de la inversión: activos fijos o tangibles e intangibles y capital de trabajo realizable, disponible y exigible.

####

2.4.4. Análisis de los ingresos y egresos como flujo de caja y cuenta de resultados previsible.

####

2.4.5. Estudio financiero de la rentabilidad y factibilidad del negocio.

####

2.5. Instrumentos de edición y presentación de la información.

####

#### 2.5.1. Aspectos formales del documento

####

#### 2.5.2. Elección del tipo de soporte de la información.

####

#### 2.6. Presentación y divulgación del Plan de Negocio a terceros.

####

##### 2.6.1. Entidades, organismos y colectivos de interés para la presentación de la empresa.

####

##### 2.6.2. Plazos y procedimientos en la presentación de la documentación del negocio.

## METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

## REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados. No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.