

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

CÓDIGO

UF1820

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 previsibles.

####

1.2.2. Atributos comerciales.

####

1.2.3. Técnicas de producción.

####

1.2.4. Ciclo de la vida del producto.

####

19-09-2025



• consultoria+tormación
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.
####

19-09-2025 2/4



• consultoría+formación
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.
####

19-09-2025 3/4

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 el **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.

19-09-2025 4/4