

Marketing y plan de negocio de la microempresa (UF1820)

Modalidad:

e-learning con una duración 40 horas

Objetivos:

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. 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



La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



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.