



**La mejor formación a tu alcance.**

# Creación de Empresas. El Plan de Negocio

Modalidad:

e-learning con una duración 112 horas

Objetivos:

- Conocer los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento.
- Gestionar el riesgo en proyectos.
- Realizar un estudio de mercado.
- Aplicar las estrategias de diferenciación y de posicionamiento del producto.
- Conocer los factores condicionantes en la decisión de fijación de precios.
- Recopilar y entregar al cliente de documentación generada.

Contenidos:

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. ACTIVIDAD Y CAPACIDAD EMPRENDEDORA

Evaluación del potencial emprendedor.

Variables que determinan el éxito en el pequeño negocio o microempresa.

Empoderamiento:

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA Y DEMANDA

Introducción.

El análisis de la demanda. Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda.

Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes.

Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de la marca.

Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento.

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DAFO

Introducción

Perspectivas del riesgo

# La mejor formación a tu alcance.

Primeros pasos en la gestión del riesgo  
Orígenes del riesgo en proyectos  
Gestión del riesgo en proyectos  
Herramientas en la gestión del riesgo. El análisis DAFO  
Caso práctico resuelto

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE EMPRESA: ESTUDIO DE MERCADO

Introducción  
Utilidad del Plan de Empresa  
La introducción del Plan de Empresa  
Descripción del negocio. Productos o servicios  
Estudio de mercado

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PLAN DE EMPRESA: GESTIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PRODUCCIÓN

Plan de Marketing  
Plan de Producción

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PLAN DE EMPRESA: INFRAESTRUCTURA, RR.HH Y RECURSOS FINANCIEROS

Infraestructura  
Recursos Humanos  
Plan Financiero  
Valoración del Riesgo. Valoración del proyecto  
Estructura legal. Forma jurídica

## UNIDAD DIDÁCTICA 7. POLÍTICA DE PRODUCTOS

El concepto de producto. Los atributos formales del producto: la marca, el envase y la etiqueta.  
Las estrategias de diferenciación y de posicionamiento del producto.  
El proceso de diseño y desarrollo de nuevos productos.  
El ciclo de vida del producto.  
Los modelos de análisis de la cartera de productos.  
Estrategias de crecimiento que pueden seguir las empresas.

## UNIDAD DIDÁCTICA 8. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN

# La mejor formación a tu alcance.

El canal de distribución: concepto, utilidades e importancia.  
Los componentes del canal de distribución. Funciones.  
El diseño del canal de distribución: factores condicionantes, longitud e intensidad.  
Una clasificación de las formas comerciales.  
El merchandising.

## UNIDAD DIDÁCTICA 9. POLÍTICA DE PRECIOS

Introducción.  
El precio como instrumento de las decisiones comerciales: concepto e importancia.  
Los factores condicionantes en la decisión de fijación de precios.  
Los procedimientos de fijación de precios: métodos basados en los costes, en la competencia y en la demanda.  
Las estrategias de fijación de precios.

## UNIDAD DIDÁCTICA 10. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

La comunicación comercial.  
El mix de la comunicación comercial.  
La comunicación global de la empresa.

## UNIDAD DIDÁCTICA 11. INFORME DEL PROYECTO

Introducción  
Revisión y aceptación del proyecto finalizado  
Recopilación y entrega al cliente de documentación generada  
Transferencia y recepción del proyecto ejecutado al cliente/usuario  
Informe del cierre del proyecto  
Significado y obligaciones en el cierre del proyecto  
Informe de lecciones aprendidas  
Revisión de lecciones aprendidas  
Desactivación del equipo  
Etapas de explotación  
Éxito del proyecto