

# Curso: Marketing y Plan de Negocio de la Microempresa

**Familia Profesional:** Administración y gestión.

**Modalidad:** On-line (Teleformación).

**Duración:** 30 h.

## 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 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.