

UF1820 MARKETING Y PLAN DE NEGOCIO DE LA MICROEMPRESA (ONLINE)



180,00 € - 250,00 €

Este curso se ajusta a lo expuesto en el itinerario de aprendizaje perteneciente a la Unidad Formativa UF1820 Marketing y Plan de Negocio de la Microempresa, incluida en el MF1788_3 Planificación e iniciativa emprendedora en pequeños negocios o microempresas, regulada en el Real Decreto 1692/2011, de 18 de noviembre, que permita al alumnado adquirir las competencias profesionales necesarias para analizar la estructura y características de proyectos contextualizados en Marketing y Plan de Negocio de la Microempresa.

Categorías: [Administración y Gestión](#), [Administración y Oficinas](#), [Certificados de Profesionalidad Online](#), [Cursos online](#) |

INFORMACIÓN

Duración	40 h
Modalidad	Online
Docencia	TUTOR PERSONAL

Prácticas	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS
Método de pago	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
Centro de empleo	AGENCIA DE COLOCACIÓN
Formación acreditada	CENTRO ACREDITADO POR EL SEPE

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

UNIDAD FORMATIVA 1. MARKETING Y PLAN DE NEGOCIO DE LA MICROEMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESTRATEGIAS DE MARKETING EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS.

1. Planificación de marketing:
2. - Fundamentos de marketing.
3. - Variables del marketing-mix.
4. Determinación de la cartera de productos:
5. - Determinación de objetivos: cuota de mercado, crecimiento previsible de la actividad; volumen de ventas y beneficios previsible.
6. - Atributos comerciales.
7. - Técnicas de producción.
8. - Ciclo de la vida del producto.
9. Gestión estratégica de precios:
10. - Objetivos de la política de precios del producto o servicio.
11. - Estrategias y métodos para la fijación de precios.
12. Canales de comercialización.
13. - Acceso al canal y la red de venta.
14. - Comercialización online.
15. Comunicación e imagen de negocio:
16. - Público objetivo y diferenciación del producto.
17. - Entorno competitivo y misión de la empresa.
18. - Campaña de comunicación: objetivos y presupuesto.
19. - Coordinación y control de la campaña publicitaria.
20. - Elaboración del mensaje a transmitir: la idea de negocio.

21. - Eleccion del tipo de soporte.
22. Estrategias de fidelizacion y gestion de clientes.
23. - Los clientes y su satisfaccion.
24. - Factores esenciales de la fidelidad: la satisfaccion del cliente, las barreras para el cambio y las ofertas de la competencia.
25. - Medicion del grado de satisfaccion del cliente.
26. - El perfil del cliente satisfecho.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN DE NEGOCIO DE LA MICROEMPRESA

1. Finalidad del Plan de Negocio:
2. - Investigacion y desarrollo de una iniciativa empresarial.
3. - Focalizacion de la atencion en un tipo de negocio concreto.
4. - Identificacion de barreras de entrada y salida.
5. Prevision y planificacion economica:
6. - Definicion de una estrategia viable.
7. La busqueda de financiacion:
8. - Materializacion de la idea del negocio en una realidad.
9. Presentacion del plan de negocio y sus fases.
10. - Definicion del perfil del mercado, analisis y pronostico de demanda, competidores, proveedores y estrategia de comercializacion.
11. - Estudio tecnico de los procesos que conforman el negocio.
12. - Coste de la inversion: activos fijos o tangibles e intangibles y capital de trabajo realizable, disponible y exigible.
13. - Analisis de los ingresos y egresos como flujo de caja y cuenta de resultados previsible.
14. - Estudio financiero de la rentabilidad y factibilidad del negocio.
15. Instrumentos de edicion y presentacion de la informacion.
16. - Aspectos formales del documento
17. - Eleccion del tipo de soporte de la informacion.
18. Presentacion y divulgacion del Plan de Negocio a terceros.
19. - Entidades, organismos y colectivos de interes para la presentacion de la empresa.
20. - Plazos y procedimientos en la presentacion de la documentacion del negocio.