

# MARKETING Y PLAN DE NEGOCIO DE LA MICROEMPRESA

60 Horas

## Objetivos:

Desarrollar el plan de marketing de diferentes tipos de pequeños negocios o microempresas identificando las variables del marketing-mix, en función de la naturaleza y características de distintas actividades. Organizar la información elaborada en el desarrollo del plan de negocio presentando los datos de forma comprensible, coherente y convincente con el fin de realizar acciones para su comunicación ante terceros.

## Contenidos:

### 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 previsibles.
6. - Atributos comerciales.
7. - Técnicas de producción.

8. - Ciclo de la vida del producto.

9. Gestion estrategica de precios:

10. - Objetivos de la politica de precios del producto o servicio.

11. - Estrategias y metodos para la fijacion de precios.

12. Canales de comercializacion.

13. - Acceso al canal y la red de venta.

14. - Comercializacion online.

15. Comunicacion e imagen de negocio:

16. - Publico objetivo y diferenciacion del producto.

17. - Entorno competitivo y mision de la empresa.

18. - Campana de comunicacion: objetivos y presupuesto.

19. - Coordinacion y control de la campana publicitaria.

20. - Elaboracion 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.

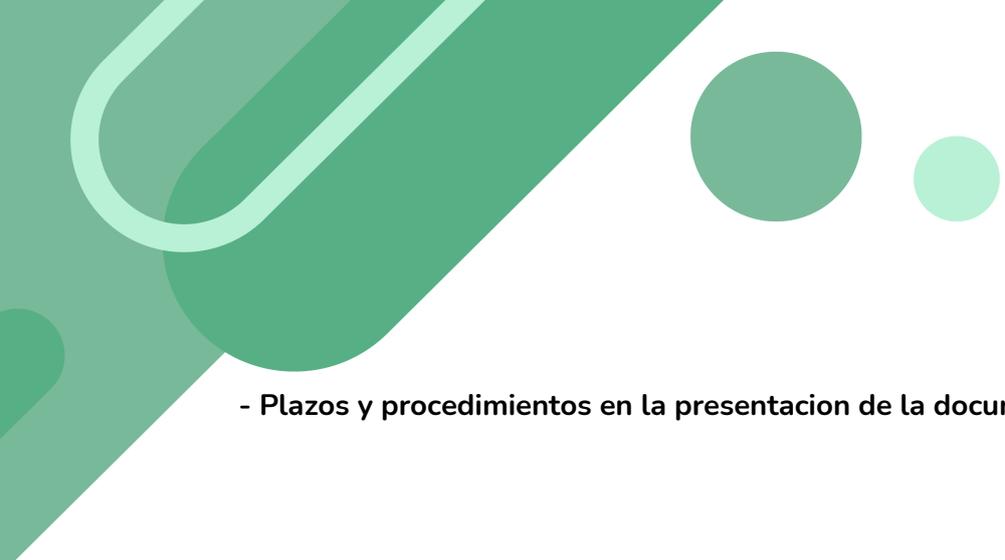
24. - Factores esenciales de la fidelidad: la satisfaccion del cliente, las barreras para el cambio y las ofertas de la competencia.

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.



- Plazos y procedimientos en la presentación de la documentación del negocio.

