



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

UF1820 Marketing y Plan de Negocio de la Microempresa

Modalidad de realización del curso: [A distancia y Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

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.

CONTENIDOS

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 previsibles
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. - Elección del tipo de soporte
22. Estrategias de fidelización y gestión de clientes
23. - Los clientes y su satisfacción
24. - Factores esenciales de la fidelidad: la satisfacción del cliente, las barreras para el cambio y las ofertas de la competencia
25. - Medición del grado de satisfacción del cliente
26. - El perfil del cliente satisfecho

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN DE NEGOCIO DE LA MICROEMPRESA

1. Finalidad del Plan de Negocio:
2. - Investigación y desarrollo de una iniciativa empresarial
3. - Focalización de la atención en un tipo de negocio concreto
4. - Identificación de barreras de entrada y salida
5. Previsión y planificación económica:

6. - Definición de una estrategia viable
7. La búsqueda de financiación
8. - Materialización de la idea del negocio en una realidad
9. Presentación del plan de negocio y sus fases
10. - Definición del perfil del mercado, análisis y pronóstico de demanda, competidores, proveedores y estrategia de comercialización
11. - Estudio técnico de los procesos que conforman el negocio
12. - Coste de la inversión: activos fijos o tangibles e intangibles y capital de trabajo realizable, disponible y exigible
13. - Análisis 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 edición y presentación de la información
16. - Aspectos formales del documento
17. - Elección del tipo de soporte de la información
18. Presentación y divulgación del Plan de Negocio a terceros
19. - Entidades, organismos y colectivos de interés para la presentación de la empresa
20. - Plazos y procedimientos en la presentación de la documentación del negocio



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es