



UF1820: Marketing y plan de negocio de la microempresa.

Sku: PA_UF1820

Horas: 40

Formato: HTML

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 1. Estrategias de marketing en pequeños negocios o microempresas.**
 - Planificación de marketing:
 - Fundamentos de marketing.
 - Variables del marketing-mix.
 - Determinación de la cartera de productos:
 - Determinación de objetivos: cuota de mercado, crecimiento previsible de la actividad; volumen de ventas y beneficios previsible.
 - Atributos comerciales.
 - Técnicas de producción.
 - Ciclo de la vida del producto.
 - Gestión estratégica de precios:
 - Objetivos de la política de precios del producto o servicio.
 - Estrategias y métodos para la fijación de precios.
 - Canales de comercialización.
 - Acceso al canal y la red de venta.
 - Comercialización online.
 - Comunicación e imagen de negocio:
 - Público objetivo y diferenciación del producto.

- Entorno competitivo y misión de la empresa.
 - Campaña de comunicación: objetivos y presupuesto.
 - Coordinación y control de la campaña publicitaria.
 - Elaboración del mensaje a transmitir: la idea de negocio.
 - Elección del tipo de soporte.
- Estrategias de fidelización y gestión de clientes.
 - Los clientes y su satisfacción.
 - Factores esenciales de la fidelidad: la satisfacción del cliente, las barreras para el cambio y las ofertas de la competencia.
 - Medición del grado de satisfacción del cliente.
 - El perfil del cliente satisfecho.
- **Unidad 2. Plan de negocio de la microempresa**
 - Finalidad del Plan de Negocio:
 - Investigación y desarrollo de una iniciativa empresarial.
 - Focalización de la atención en un tipo de negocio concreto.
 - Identificación de barreras de entrada y salida.
 - Previsión y planificación económica:
 - Definición de una estrategia viable.
 - La búsqueda de financiación:
 - Materialización de la idea del negocio en una realidad.
 - Presentación del plan de negocio y sus fases.
 - Definición del perfil del mercado, análisis y pronóstico de demanda, competidores, proveedores y estrategia de comercialización.
 - Estudio técnico de los procesos que conforman el negocio.
 - Coste de la inversión: activos fijos o tangibles e intangibles y capital de trabajo realizable, disponible y exigible.
 - Análisis de los ingresos y egresos como flujo de caja y cuenta de resultados previsible.
 - Estudio financiero de la rentabilidad y factibilidad del negocio.
 - Instrumentos de edición y presentación de la información.
 - Aspectos formales del documento
 - Elección del tipo de soporte de la información.
 - Presentación y divulgación del Plan de Negocio a terceros.
 - Entidades, organismos y colectivos de interés para la presentación de la empresa.
 - Plazos y procedimientos en la presentación de la documentación del negocio.