



## 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 previsibles.
    - 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.