

Marketing y plan de negocio de la microempresa

Duración: 60 h

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.

TEMARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 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.

- Eleccion del tipo de soporte.

Estrategias de fidelizacion y gestion de clientes.

- Los clientes y su satisfaccion.
- Factores esenciales de la fidelidad: la satisfaccion del cliente, las barreras para el cambio y las ofertas de la competencia.
- Medicion del grado de satisfaccion del cliente.
- El perfil del cliente satisfecho.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN DE NEGOCIO DE LA MICROEMPRESA

Finalidad del Plan de Negocio:

- Investigacion y desarrollo de una iniciativa empresarial.
- Focalizacion de la atencion en un tipo de negocio concreto.
- Identificacion de barreras de entrada y salida.

Prevision y planificacion economica:

- Definicion de una estrategia viable.

La busqueda de financiacion:

- Materializacion de la idea del negocio en una realidad.

Presentacion del plan de negocio y sus fases.

- Definicion del perfil del mercado, analisis y pronostico de demanda, competidores, proveedores y estrategia de comercializacion.
- Estudio tecnico de los procesos que conforman el negocio.
- Coste de la inversion: activos fijos o tangibles e intangibles y capital de trabajo realizable, disponible y exigible.
- Analisis 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 edicion y presentacion de la informacion.

- Aspectos formales del documento
- Eleccion del tipo de soporte de la informacion.

Presentacion y divulgacion del Plan de Negocio a terceros.

- Entidades, organismos y colectivos de interes para la presentacion de la empresa.
- Plazos y procedimientos en la presentacion de la documentacion del negocio.