

## FICHA TÉCNICA

**Curso: Marketing y plan de negocio de la microempresa. ADGD0210 - Creación y gestión de microempresas**

**Horas: 40**

### **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.

### **Dirigido a:**

Microempresarios/as.  
Profesionales autónomos/as.  
Empresarios/as individuales o societarios de microempresas.  
Gestores/as de microempresas.  
Gerentes de microempresa.  
Administradores/as de microempresas.  
Directores/as de microempresas.

### **Capacita para:**

Capacita para la gestión profesional del departamento de marketing de una pequeña empresa, proporcionando los conocimientos necesarios para el desarrollo eficaz y eficiente de los instrumentos del marketing. Además, a través del conocimiento de la elaboración del plan de empresa, se capacita a los emprendedores o personas que quieren aumentar sus actividades para crear sus propios puestos de trabajo o para otras personas.

### **Otros datos:**

- El curso está elaborado con una estructura lógica que comienza con la comprensión y análisis de los instrumentos del marketing y desarrollo y aplicación de los mismos para, después, desplegar los conocimientos para la elaboración de un plan de empresa de forma que adquiera la preparación necesaria para lograr su éxito empresarial o profesional.
- Por otra parte y, desde un punto de vista organizacional, se ha optado por un enfoque que abarca desde lo estratégico (largo plazo) a lo operativo (corto plazo) con la intención de seguir un paralelismo con la práctica real de la gestión comercial en la empresa.
- A lo largo del curso se exponen numerosas aplicaciones prácticas para incrementar la

## FICHA TÉCNICA

comprensión y favorecer así su asimilación.

- Al final de cada capítulo se incluyen también ejercicios de autoevaluación con los que podrá comprobar su nivel de aprendizaje.

### **Contenido Formativo:**

#### **1. Estrategias de marketing en pequeños negocios o microempresas**

- 1.1. Introducción
- 1.2. Planificación de marketing
- 1.3. Determinación de la cartera de productos
- 1.4. Gestión estratégica de precios
- 1.5. Canales de comercialización
- 1.6. Comunicación e imagen de negocio
- 1.7. Estrategias de fidelización y gestión de cliente

#### **2. Plan de negocio de la microempresa**

- 2.1. Introducción
- 2.2. Finalidad del plan de negocio
- 2.3. Previsión y planificación económica
- 2.4. La búsqueda de financiación
- 2.5. Presentación del plan de negocio y sus fases
- 2.6. Instrumentos de edición y presentación de la información
- 2.7. Presentación y divulgación del plan de negocio a terceros