

Marketing y plan de negocio de la microempresa (UF1820)

Marketing y plan de negocio de la microempresa (UF1820)

Duración: 40 horas

Precio: 420 euros.

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

1. Estrategias de marketing en pequeños negocios o microempresas.
1.1. Planificación de marketing:
1.1.1. Fundamentos de marketing.
1.1.2. Variables del marketing-mix.
1.2. Determinación de la cartera de productos:
1.2.1. Determinación de objetivos: cuota de mercado, crecimiento previsible de la actividad; volumen de ventas y beneficios previsibles.
1.2.2. Atributos comerciales.
1.2.3. Técnicas de producción.
1.2.4. Ciclo de la vida del producto.
1.3. Gestión estratégica de precios:
1.3.1. Objetivos de la política de precios del producto o servicio.
1.3.2. Estrategias y métodos para la fijación de precios.
1.4. Canales de comercialización.
1.4.1. Acceso al canal y la red de venta.
1.4.2. Comercialización online.
1.5. Comunicación e imagen de negocio:
1.5.1. Público objetivo y diferenciación del producto.
1.5.2. Entorno competitivo y misión de la empresa.
1.5.3. Campaña de comunicación: objetivos y presupuesto.
1.5.4. Coordinación y control de la campaña publicitaria.
1.5.5. Elaboración del mensaje a transmitir: la idea de negocio.
1.5.6. Elección del tipo de soporte.
1.6. Estrategias de fidelización y gestión de clientes.

© icaformación2026

1.6.1. Los clientes y su satisfacción.
1.6.2. Factores esenciales de la fidelidad: la satisfacción del cliente, las barreras para el cambio y las ofertas de la competencia.
1.6.3. Medición del grado de satisfacción del cliente.
1.6.4. El perfil del cliente satisfecho.
2. Plan de negocio de la microempresa
2.1. Finalidad del Plan de Negocio:
2.1.1. Investigación y desarrollo de una iniciativa empresarial.
2.1.2. Focalización de la atención en un tipo de negocio concreto.
2.1.3. Identificación de barreras de entrada y salida.
2.2. Previsión y planificación económica:
2.2.1. Definición de una estrategia viable.
2.3. La búsqueda de financiación:
2.3.1. Materialización de la idea del negocio en una realidad.
2.4. Presentación del plan de negocio y sus fases.
2.4.1. Definición del perfil del mercado, análisis y pronóstico de demanda, competidores, proveedores y estrategia de comercialización.
2.4.2. Estudio técnico de los procesos que conforman el negocio.
2.4.3. Coste de la inversión: activos fijos o tangibles e intangibles y capital de trabajo realizable, disponible y exigible.
2.4.4. Análisis de los ingresos y egresos como flujo de caja y cuenta de resultados previsible.
2.4.5. Estudio financiero de la rentabilidad y factibilidad del negocio.
2.5. Instrumentos de edición y presentación de la información.
2.5.1. Aspectos formales del documento
2.5.2. Elección del tipo de soporte de la información.
2.6. Presentación y divulgación del Plan de Negocio a terceros.
2.6.1. Entidades, organismos y colectivos de interés para la presentación de la empresa.
2.6.2. Plazos y procedimientos en la presentación de la documentación del negocio.

© icaformación2026