

# Savia Formación

Centro de formación especializado



**UF1820: MARKETING Y PLAN DE NEGOCIO DE LA  
MICROEMPRESA**

UF1820: MARKETING Y PLAN DE NEGOCIO DE LA  
MICROEMPRESA

# Savia Formación

Centro de formación especializado



**Duración: 40 horas**

**Modalidad: Presencial**

### ¿EN QUÉ CONSISTE EL CURSO?

Es imprescindible en la actualidad, para la creación y gestión de microempresas, la adquisición y correcto manejo de los conocimientos teórico-prácticos necesarios para dirigir iniciativas empresariales de pequeños negocios o microempresas, así de igual forma, la planificación e implementación de estrategias de áreas de negocio, programando las actividades a través de la gestión de los recursos personales y materiales de la empresa. De este modo, con el presente curso se pretende proyectar iniciativas y planificar actividades empresariales para pequeños negocios o microempresas.

### ¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

Dirigimos este curso a las personas interesadas en la creación y gestión de microempresas en general, y a las interesadas en la planificación de condición emprendedora en pequeños negocios o microempresas en particular. Para aquellos profesionales que pretenden desarrollar una iniciativa emprendedora y conocer las oportunidades de negocio, interesados en el proyecto y viabilidad del negocio incluyendo aspectos de marketing.

### ¿CUÁL ES NUESTRO OBJETIVO?

- 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.

### ¿PARA QUÉ LE PREPARAMOS?

La formación que ofrecemos se ajusta al itinerario formativo del Certificado de Profesionalidad UF1820.

La realización de la formación Actitud Emprendedora y Oportunidades de Negocio certifica la superación de las distintas Unidades de Competencia en él incluidas, y va dirigido a la acreditación de las Competencias profesionales adquiridas a través de la experiencia laboral y de la formación no formal, vía por la que va a optar a la obtención del correspondiente Certificado de Profesionalidad, a través de las respectivas convocatorias que vayan publicando las distintas Comunidades Autónomas, así como el propio Ministerio de Trabajo (Real Decreto 1224/2009 de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral).

### ¿QUÉ SALIDAS LABORALES LE OFRECEMOS?

Tras la superación del curso podrá desarrollar su actividad profesional en pequeños negocios o microempresas, como trabajador por cuenta propia –bien formando parte de una sociedad o como trabajador autónomo, emprendiendo e implantando nuevas áreas de negocio en el desarrollo de su actividad. Así como desempeñar su trabajo por cuenta ajena en gestorías y asesorías realizando funciones de asesoramiento y gestión administrativa, financiera y laboral de pequeños negocios o microempresas.

### ¿QUÉ TITULACIÓN RECIBE?

Tras cursar la formación recibirá el Certificado de Aprovechamiento que le Acredita las Unidades de Competencia recogidas en el Certificado de Profesionalidad (ADGD0210) CREACIÓN Y GESTIÓN DE MICROEMPRESAS (RD 1692/2011, de 18 de noviembre), por el que establece el correspondiente Certificado de Profesionalidad.

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

Esta titulación incluirá el nombre del curso, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro.



### ¿CUÁL ES NUESTRA METODOLOGÍA?

Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de impartición de la acción formativa así como las tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios que se puedan plantear una vez finalizada la parte presencial. Además recibirá los materiales didácticos que incluye el curso para poder consultarlos en cualquier momento y conservarlos una vez finalizado el mismo.

La metodología a seguir es ir avanzando a lo largo del itinerario de aprendizaje, que cuenta con una serie de temas y ejercicios. Para su evaluación, el alumno/a deberá completar todos los ejercicios propuestos en el curso y aprobar un examen final de la acción formativa.

### ESTE ES NUESTRO PROGRAMA:

#### 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
- 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:
  - Publico objetivo y diferenciación del producto.
  - Entorno competitivo y misión de la empresa.
  - Campana de comunicación: objetivos y presupuesto.
  - Coordinación y control de la campana publicitaria.
  - Elaboración del mensaje a transmitir: la idea de negocio.
  - Elección del tipo de soporte.
- Estrategias de idealización 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 DIDÁCTICA 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.