

Marketing y plan de negocio de la microempresa

Modalidad: curso e-Learning Duración: 40 horas

Categorías: Administración y gestión

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

UD1. Estrategias de marketing en pequeños negocios o microempresas.

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

UD2. Plan de negocio de la microempresa.

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