

Creación de empresas para emprendedores

Área:

Duración: 50 horas

Modalidad: online



criteria

Objetivos

Los objetivos del Curso de Creación de Empresas son eminentemente prácticos, pues proporcionan un conjunto de conocimientos destinados a permitir la puesta en práctica de una idea empresarial, dándole consistencia y demostrando que ser emprendedor o emprendedora es un hecho posible y viable; a la vez que se les dan las herramientas necesarias para su puesta en marcha.

Contenidos y estructura del curso

UNIDAD 1 - LA FIGURA DEL PROMOTOR. ELEMENTOS MATERIALES Y PSICOLÓGICOS

- Introducción
- Capacidades y carencias
- El factor de la experiencia es relativo

UNIDAD 2 - EL ENTORNO ECONÓMICO GENERAL

- Análisis de la Coyuntura
- Estudios de Coyuntura
- Estudios Elaborados
- Entorno Económico Internacional
- Balanza de Pagos
- Indicadores Económicos

UNIDAD 3 - EL MERCADO

- El mercado
- Éxito o fracaso
- Introducción a las amenazas de riesgo
- La validación de la idea del negocio
- Amenazas y oportunidades
- Caso Práctico: Actividad Google

UNIDAD 4 - IDEA DEL NEGOCIO Y PLAN DE EMPRESA. PRIMEROS PASOS

- Introducción
- El proceso de validación de la idea.
- Definir la idea del proyecto
- Análisis preliminar de la idea
- Prueba de la idea
- Primera etapa: La concepción de la idea
- Proceso de validación de una idea de negocio
- Opciones de consulta y verificación
- Fuentes de información
- Segunda etapa: Desarrollo de la idea
- Producto o servicio
- Informe de producto o servicio
- Anexo: Resumen Ejecutivo de la Empresa

UNIDAD 5 - EL PRODUCTO

- Planificación del producto o servicio
- ¿Qué entendemos por atributos esenciales de un producto?
- Idea de negocio y terminología
- Prioridades y expectativas del producto
- Vida del producto
- Caso Práctico: Actividad Virgin

UNIDAD 6 - EL ESTUDIO DE MERCADO

- Introducción
- Clases de Investigación Comercial
- Análisis del mercado
- Claves y Fases para un Estudio de Mercado
- Autopráctica - Investigación de mercado

UNIDAD 7 - SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.

- Influyentes en el consumidor
- Segmentación del mercado
- Tipos de Segmentación
- Mercado meta
- Autopráctica - Orientación del marketing
- Autopráctica - Segmentación

UNIDAD 8 - EL MARKETING MIX. ELEMENTOS Y ESTRATEGIAS

- Marketing mix
- Posicionamiento
- ¿Cómo hacer que el cliente piense en mí?
- Producto
- Ciclo de vida del producto
- Política de precios
- Criterios de fijación de los precios
- Los modelos de fijación de precios
- Construcción de precios - Punto muerto
- Construcción de precios mediante márgenes
- Fijación de los precios en base a la competencia
- Fijación de precios en función de la demanda
- Definir un precio para un producto nuevo

- ¿Cuándo se puede alterar un precio?
- Estrategias de distribución
- Las 3 Ps del sector servicios
- Autopráctica - Posicionamiento
- Autopráctica - Producto
- Autopráctica - Fijación de precios

UNIDAD 9 - DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING Y ANÁLISIS DAFO

- Diseñar una estrategia de marketing
- Políticas y estrategias
- Cadena de valor
- La competencia
- Fuerzas competitivas
- Estrategias competitivas
- DAFO
- Autopráctica - Visión y misión
- Autopráctica - Toma de opciones estratégicas
- Autopráctica - DAFO
- Autopráctica - Análisis de la competencia

UNIDAD 10 - EL PLAN DE MARKETING

- Plan de Marketing
- Autopráctica - Elaboración del plan de marketing
- Autopráctica - Puesta en marcha del plan de marketing

UNIDAD 11 - LA MARCA Y LA PLANIFICACIÓN DE MEDIOS

- Imagen e Identidad
- Promoción y Comunicación Mix
- Plan de Comunicación
- La Marca
- Características de la Marca
- Publicidad
- Las Relaciones Públicas
- Autopráctica - Características de marca

UNIDAD 12 - MARKETING DIRECTO. TÉCNICAS Y ARGUMENTARIOS

- Marketing Directo
- Venta Personal
- Argumentario
- Merchandising
- Promoción
- Customer Relationship Management
- Fidelización
- El Peligro de un Cliente Insatisfecho
- Trabajar En Entornos Digitales
- E-Marketing
- La Ley de Protección de Datos Personales
- Autopráctica - Fidelización
- Autopráctica - Argumentación de la venta

UNIDAD 13 - FÓRMULAS DE FINANCIACIÓN PARA PEQUEÑAS EMPRESAS

- Problemas de financiación de una pequeña empresa
- Financiación propia
- Financiación ajena
- Anexo: Modelo Solicitud Préstamo
- La captación de socios
- Ventajas de contar con socios profesionales
- Localización de Socios
- Tipos de inversores
- La negociación con los inversores

- Sociedades de capital-riesgo
- Ayudas públicas: subvenciones y créditos blandos a medio y largo plazo
- Cómo solicitar subvenciones
- Características comunes de las subvenciones públicas
- Sociedades de garantía recíproca
- Funcionamiento del sistema de avales de las Sociedades de Garantía Recíproca
- Leasing y Factoring
- Anexo: Modelo Contrato Aportaciones a Constitución
- Anexo: Modelo Contrato Compraventa Acciones
- Anexo: Modelo Contrato Compraventa Acciones Nominativas entre Personas Físicas
- Anexo: Modelo Contrato de Préstamo
- Caso Práctico: Actividad Dell

UNIDAD 14 - EL PLAN DE NEGOCIO

- Objetivos del Plan de Negocio
- La redacción del Plan de Negocio
- Anexo: Modelo de Plan de Empresa (I)
- Anexo: Modelo Plan de Negocio e-Commerce
- Anexo: Modelo Plan de Negocio Formación
- Anexo: Modelo Plan de Negocio Reformas
- Anexo: Modelo Plan de Negocio Turismo

UNIDAD 15 - PRESENTACIÓN DEL PROYECTO. LOS ASPECTOS TÉCNICOS

- Introducción
- Solicitud de crédito
- Información requerida por la entidad financiera
- Presentación del dossier
- Veracidad del dossier
- Fuentes de verificación de las entidades financieras
- Estudio de riesgos del proyecto
- Principales indicadores de riesgo
- Métodos para detectar posibles crisis empresariales

UNIDAD 16 - ASPECTOS PSICOLÓGICOS: CÓMO PRESENTAR UN PROYECTO

- Cómo presentar un proyecto
- Entrando en detalles
- El "síndrome del inventor"
- Actividad Rolplay: Cómo Realizar una adecuada presentación del Plan de Negocios

UNIDAD 17 - LA ESTRUCTURA LEGAL DE LA EMPRESA

- La estructura legal de la empresa
- El empresario individual
- Responsabilidad del empresario individual
- Financiación del empresario individual
- La sociedad mercantil
- Clases de sociedades mercantiles
- La sociedad de responsabilidad limitada
- Anexo: Autónomo o Sociedad Limitada
- La Sociedad Anónima
- Las sociedades cooperativas
- El proceso de la constitución legal
- El nombre o razón social
- La escritura de constitución
- Tributos de constitución
- Inscripción registral
- Código de Identificación Fiscal
- Trámites administrativos
- Calendario de constitución
- Presentar la declaración censal
- Locales y obras
- Solicitud de la Licencia de Actividades e Instalaciones

- Declaración de alta en el impuesto de actividades económicas
- Trámites laborales
- Legalización de los Libros Oficiales
- Declaración de Apertura del Centro de Trabajo
- Registro de marcas
- Registro de Patentes
- Anexo: Modelo Contrato Constitución Sociedad
- Anexo: Guía Útil para el Emprendedor
- Actividad - Modelos de Negocio para Desarrollar una Empresa en Internet
- Recomendaciones

Metodología:

En Criteria creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias... Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

Perfil del/la formador/a

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Criteria, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

En Criteria queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:

¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!

criteria.es

criteria.es/recursos

criteria.es/blog

