

Marketing y plan de negocio de la microempresa

Modalidad: Teleformación

Duración: 40 horas

Titulación expedida por la Universidad Rey Juan Carlos¹

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.

Índice

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.

¹ Una vez superado el curso