

Categorías: Administración y gestión

OBJETIVOS

Identificar técnicas de investigación de mercados. Aprender qué factores son imprescindibles en un plan comercial o de marketing. Conocer cómo se organiza los recursos humanos de una empresa. Adquirir conocimientos acerca del plan económico-financiero de una empresa. Determinar cuáles son las principales características de las diferentes formas jurídicas.

CONTENIDOS

UD1. Introducción a la creación de empresas. 1.1. Mitos y barreras sobre la creación de empresas. 1.2. Ventajas e inconvenientes de la creación de empresas. 1.3. Definición de la idea. 1.4. Emprendedores. UD2. Estudio o investigación de mercado. 2.1. Estudio externo. 2.2. Estudio interno. 2.3. Fuentes de información y técnicas de investigación de mercados. 2.4. Fichas síntesis de recogida de información. 2.5. Análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades). UD3. Plan Comercial o de Marketing. 3.1. Producto o servicio. 3.2. El precio. 3.3. Distribución. 3.4. Comunicación del producto/servicio. 3.5. Ficha síntesis global del plan de marketing. UD4. Plan de producción/prestación de servicios. 4.1. Estimación del volumen de producción. 4.2. El método o sistema de producción y sus fases. 4.3. Control de producción/prestación y de calidad. 4.4. Ficha síntesis global del plan de producción. UD5. Plan de recursos humanos. 5.1. La empresa como organización. 5.2. Descripción de puestos de trabajo. 5.3. La selección de personal. 5.4. Motivación y política retributiva. 5.5. Fichas síntesis global del plan de RRHH. UD6. Plan económico/financiero. 6.1. Plan de inversiones iniciales. 6.2. Plan de financiación. 6.3. Los estados contables. 6.4. Análisis Económico-Financiero (o de los estados contables). 6.5. Fichas síntesis global del plan Económico-Financiero. UD7. Plan Jurídico/Mercantil. 7.1. Elección de la forma jurídica. 7.2. Trámites de constitución y puesta en marcha. 7.3. Fichas síntesis global del plan Jurídico-Mercantil.

