

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.

