

PROGRAMA FORMATIVO

Curso Online: Planificación e Iniciativa Emprendedora en Pequeños Negocios o Microempresas

Código: 8983

- Contenido para modalidad online
- 120 horas

OBJETIVOS

En la actualidad, para la creación y gestión de microempresas, resulta indispensable adquirir y dominar las competencias profesionales, tanto teóricas como prácticas, necesarias para así poder desenvolverse eficazmente dentro de su ámbito de actuación. Muchas de estas competencias pasar por la planificación e implementación de estrategias en diferentes áreas de negocio, gestión de personas, organización y control de los recursos materiales, etc. De igual modo la comercialización y venta de los productos y servicios, haciendo uso de los medios informáticos y telemáticos disponibles, gestionando con criterios de calidad y protección ambiental y asegurando la prevención de riesgos laborales resulta vital para el éxito empresarial. La presente formación dotará al alumno de las competencias profesionales necesarias para poder planificar iniciativas y actividades empresariales en pequeños negocios o microempresas.

CONTENIDOS

MÓDULO 1. PLANIFICACIÓN E INICIATIVA EMPRENDEDORA EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS

UNIDAD FORMATIVA 1. ACTITUD EMPRENDEDORA Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIO.

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ACTITUD Y CAPACIDAD EMPRENDEDORA

Evaluación del potencial emprendedor.

- Conocimientos.
 - Destrezas.
 - Actitudes.
 - Intereses y motivaciones.
- Variables que determinan el éxito en el pequeño negocio o microempresa.
- Variables comerciales y de marketing.
 - Variables propias.
 - Variables de la competencia.

Empoderamiento:

- Concepto.
- Desarrollo de capacidades personales para el emprendizaje.
- La Red personal y social.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES E IDEAS DE PEQUEÑO NEGOCIO O MICROEMPRESA.

Identificación de oportunidades e ideas de negocio.

- Necesidades y tendencias.
- Fuentes de búsqueda.

PROGRAMA FORMATIVO

- La curiosidad como fuente de valor y búsqueda de oportunidades.
- Técnicas de creatividad en la generación de ideas.
- Los mapas mentales.
- Técnica de Edward de Bono (Seis sombreros).
- El pensamiento irradiante.

Análisis DAFO de la oportunidad e idea negocio.

- Utilidad y limitaciones.
- Estructura: Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades.
- Elaboración del DAFO.
- Interpretación del DAFO.

Análisis del entorno del pequeño negocio o microempresa.

- Elección de las fuentes de información.
- La segmentación del mercado.
- La descentralización productiva como estrategia de racionalización.
- La externalización de servicios: Outsourcing.
- Clientes potenciales.
- Canales de distribución.
- Proveedores.

- Competencia.

- Barreras de entrada.

Análisis de decisiones previas.

- Objetivos y metas.
- Misión del negocio.
- Los trámites administrativos: licencias, permisos, reglamentación y otros.
- Visión del negocio.

Plan de acción.

- Previsión de necesidades de inversión.
- La diferenciación del producto.
- Dificultad de acceso a canales de distribución: barreras invisibles.
- Tipos de estructuras productivas: instalaciones y recursos materiales y humanos

UNIDAD FORMATIVA 2. PROYECTO Y VIABILIDAD DEL NEGOCIO O MICROEMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONSTITUCIÓN JURÍDICA DEL PEQUEÑO NEGOCIO O MICROEMPRESA.

Clasificación de las empresas.

- Por su finalidad.
- Por su actividad.
- Por su tamaño.
- Por su ámbito territorial.
- Por la naturaleza de su capital.

Tipos de sociedades mercantiles más comunes en pequeños negocios o microempresas.

- Empresario individual.
- Sociedades mercantiles.

La forma jurídica de sociedad: exigencias legales, fiscales, responsabilidad frente a terceros y capital social.

- Sociedad Unipersonal.
- Sociedad Anónima.
- Sociedad de Responsabilidad Limitada.
- Sociedad Laboral.
- Sociedad Colectiva.
- Sociedad Comanditaria.
- Sociedades Cooperativas.

La elección de la forma jurídica de la microempresa.

- Ventajas e inconvenientes de cada forma.

PROGRAMA FORMATIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LOS RECURSOS EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS.

Componentes básicos de una pequeña empresa.

- Recursos materiales: instalaciones, materias primas, otros.
- Recursos humanos: perfiles profesionales.

Sistemas: planificación, organización, información y control.

Recursos económicos propios o ajenos.

Los procesos internos y externos en la pequeña empresa o microempresa.

- Identificación de procesos estratégicos, clave y de soporte.
- Construcción del mapa de procesos.
- Asignación de procesos clave a sus responsables.
- Desarrollo de instrucciones de trabajo de los procesos.
- La automatización y sistematización de procesos.
- La utilización de recursos propios frente a la externalización de procesos y servicios.
- Relación coste /eficiencia de la externalización de procesos.

La estructura organizativa de la empresa.

- La división funcional.
- Diferencia entre funciones, responsabilidades y tareas.
- El organigrama como estructura gráfica de la empresa.

Variables a considerar para la ubicación del pequeño negocio o microempresa.

- De mercado.
- Geográficas.
- Demográficas.
- Dotaciones y servicios.
- En función de las subvenciones y ayudas.
- Otras.

Decisiones de inversión en instalaciones, equipamientos y medios

- Ventajas e inconvenientes de las distintas modalidades de adquisición de tecnología y sistemas.
- Factores a tener en cuenta en la selección del proveedor.

Control de gestión del pequeño negocio o microempresa.

Identificación de áreas críticas.

- El Cuadro de Mandos Integral .CMI (Balanced Scorecard. BSC, de Kaplan y Norton).
- Indicadores básicos de control en pequeños negocios o microempresas.
- La implementación de medidas de ajuste.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLANIFICACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA PREVISIONAL DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS.

Características y funciones de los presupuestos:

- De inversiones.
- Operativo.
- De ventas.
- De compras y aprovisionamiento.

El presupuesto financiero:

- Principales fuentes de financiación.
- Criterios de selección.

Estructura, y modelos de los estados financieros previsionales:

- Significado, interpretación y elaboración de estados financieros previsionales y reales.

Características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales:

- Activo.
- Pasivo.
- Patrimonio neto.
- Circulante.
- Inmovilizado.

Estructura y contenido básico de los estados financiero-contables previsionales y reales:

PROGRAMA FORMATIVO

- Balance.
 - Cuenta de Perdidas y Ganancias.
 - Tesorería.
 - Patrimonio Neto.
- Memoria.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RENTABILIDAD Y VIABILIDAD DEL NEGOCIO O MICROEMPRESA

Tipos de equilibrio patrimonial y sus efectos en la estabilidad de los pequeños negocios o microempresa.

- Equilibrio total.
- Equilibrio normal o estabilidad financiera.
- Situación de insolvencia temporal.
- Situación de insolvencia definitiva.
- Punto de equilibrio financiero.

Instrumentos de análisis: ratios financieros, económicos y de rotación más importantes.

- Cálculo e interpretación de ratios.
- Las desviaciones y mecanismos de corrección de desequilibrios económico-financieros.

Rentabilidad de proyectos de inversión.

- El Valor Actual Neto (V.A.N.).
- Tasa Interna de Rentabilidad (T.I.R.).
- Interpretación y cálculo.

Aplicaciones ofimáticas específicas de cálculo financiero.

- La hoja de cálculo, aplicada a los presupuestos y estados financieros previsionales.

UNIDAD FORMATIVA 3. MARKETING Y PLAN DE NEGOCIO DE LA MICROEMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESTRATEGIAS DE MARKETING EN PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS.

Planificación de marketing:

- Fundamentos de marketing.
- Variables del marketing-mix.

Determinación de la cartera de productos:

- Determinación de objetivos: cuota de mercado, crecimiento previsible de la actividad; volumen de ventas y beneficios previsible.
- Atributos comerciales.
- Técnicas de producción.
- Ciclo de la vida del producto.

Gestión estratégica de precios:

- Objetivos de la política de precios del producto o servicio.
- Estrategias y métodos para la fijación de precios.

Canales de comercialización.

- Acceso al canal y la red de venta.
- Comercialización online.

Comunicación e imagen de negocio:

- Público objetivo y diferenciación del producto.
- Entorno competitivo y misión de la empresa.
- Campaña de comunicación: objetivos y presupuesto.
- Coordinación y control de la campaña publicitaria.
- Elaboración del mensaje a transmitir: la idea de negocio.
- Elección del tipo de soporte.

Estrategias de fidelización y gestión de clientes.

- Los clientes y su satisfacción.
- Factores esenciales de la fidelidad: la satisfacción del cliente, las barreras para el cambio y las ofertas de la competencia.
- Medición del grado de satisfacción del cliente.

PROGRAMA FORMATIVO

- El perfil del cliente satisfecho.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN DE NEGOCIO DE LA MICROEMPRESA

Finalidad del Plan de Negocio:

- Investigación y desarrollo de una iniciativa empresarial.
- Focalización de la atención en un tipo de negocio concreto.
- Identificación de barreras de entrada y salida.

Previsión y planificación económica:

- Definición de una estrategia viable.

La búsqueda de financiación:

- Materialización de la idea del negocio en una realidad.

Presentación del plan de negocio y sus fases.

- Definición del perfil del mercado, análisis y pronóstico de demanda, competidores, proveedores y estrategia de comercialización.
- Estudio técnico de los procesos que conforman el negocio.
- Coste de la inversión: activos fijos o tangibles e intangibles y capital de trabajo realizable, disponible y exigible.
- Análisis de los ingresos y egresos como flujo de caja y cuenta de resultados previsible.
- Estudio financiero de la rentabilidad y factibilidad del negocio.

Instrumentos de edición y presentación de la información.

- Aspectos formales del documento
- Elección del tipo de soporte de la información.

Presentación y divulgación del Plan de Negocio a terceros.

- Entidades, organismos y colectivos de interés para la presentación de la empresa.
- Plazos y procedimientos en la presentación de la documentación del negocio.