

# CREACIÓN DE EMPRESAS PARA EMPRENDEDORES

50  
HORAS

## DESCRIPCIÓN

La finalidad de este curso es la capacitación técnica del emprendedor para el desarrollo de un proyecto de empresa, incluyendo la elaboración de un plan de empresa, la presentación del mismo, y la búsqueda de fuentes de financiación para su puesta en marcha.

## 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

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 Económico.

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 Virgen.

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-Comerce - 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.