



## PLAN EMPRESARIAL

### CONTENIDOS:

#### PLAN DE EMPRESA:

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.

#### PLAN DE MARKETING EMPRESARIAL:

UD1. Planificación de Marketing.

- 1.1. Concepto y contenido del Marketing.
- 1.2. Estrategias y tipos de marketing.
- 1.3. Marketing Mix.
- 1.4. Elaboración del Plan de Marketing.
- 1.5. Análisis DAFO y estrategias de Marketing.

UD2. Política de producto.

- 2.1. Definición de la política de producto.
- 2.2. Atributos y características de productos y servicios de la empresa.
- 2.3. Concepto de gama y línea de productos.
- 2.4. La teoría del ciclo de vida del producto (CVP) y su aplicación al Marketing.
- 2.5. Mapas de posicionamiento.
- 2.6. Matriz BCG y creación de nuevos productos.
- 2.7. Análisis del envase y de la marca como elementos diferenciadores.
- 2.8. Elaboración de informes sobre producto.

UD3. Política de precios.

- 3.1. Definición de la política de precios.
- 3.2. Características y variables de decisión.



UNIÓN EUROPEA

Fondo Social Europeo  
El FSE invierte en tu futuro

**Cámara**  
de Comercio de España

**Cámara**  
Málaga



Ayuntamiento  
de Málaga

**imfe**

- 3.3. Concepto de elasticidad de precio.
- 3.4. Normativa vigente en materia de precios.
- 3.5. Métodos para la determinación de los precios.
- 3.6. Cálculo del punto muerto.
- 3.7. Estrategias comerciales en la política de precios.
- 3.8. Elaboración de informes sobre precios.
  
- UD4. Política de distribución.
- 4.1. Definición de la política de distribución.
- 4.2. Canales y fórmulas de distribución.
- 4.3. Estrategias en la política de distribución.
- 4.4. Relaciones con la red y puntos de ventas.
- 4.5. Marketing en la distribución.
- 4.6. Comercialización «on line» de productos y servicios.
- 4.7. Elaboración de informes sobre distribución.
  
- UD5. Política de comunicación.
- 5.1. Definición de la política de comunicación en la Empresa.
- 5.2. Tipos de comunicación en la empresa.
- 5.3. El Mix de comunicación: tipos y formas.
- 5.4. Medios de comunicación.
- 5.5. Elaboración del Briefing de productos, servicios y marcas.