



FORMACIÓN ONLINE

Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



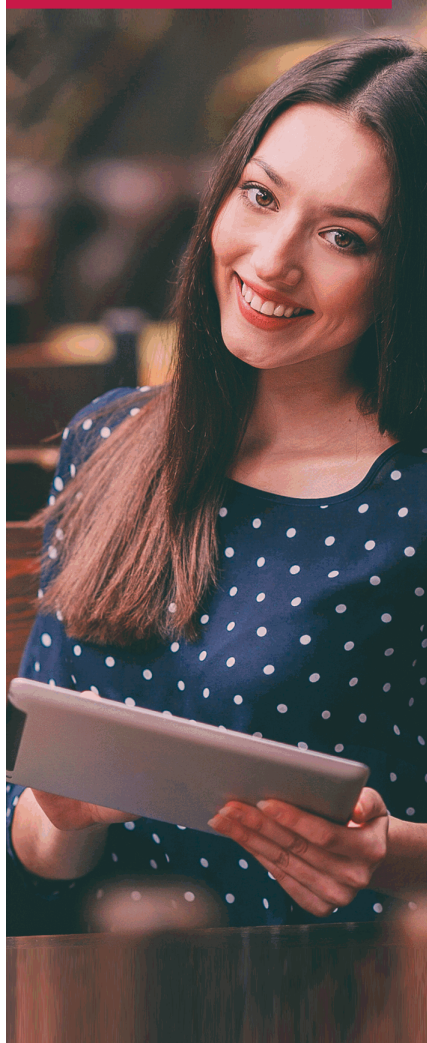
Postgrado de Planes de Empresa y de Marketing Empresarial



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

SOBRE **EDUCA**

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA **CALIDAD**

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con el **Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)** de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones** dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Postgrado de Planes de Empresa y de Marketing Empresarial

**DURACIÓN:**

300 horas

**MODALIDAD:**

Online

**PRECIO:**

260 €

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.

CENTRO DE FORMACIÓN:

Educa Business School



Titulación

Titulación Expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).





Descripción

Este Postgrado de Planes de Empresa y de Marketing Empresarial le ofrece una formación especializada en la materia. Debemos saber que para el área de Administración y Gestión es muy importante profundizar y adquirir los conocimientos de planes de empresa y de marketing empresarial

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.

A quién va dirigido

Este Postgrado de Planes de Empresa y de Marketing Empresarial está dirigido a los profesionales del mundo está dirigido a todas aquellas personas interesada en el ámbito de Administración y Gestión y quieran especializarse en planes de empresa y de marketing empresarial

Para qué te prepara

Este Postgrado de Planes de Empresa y de Marketing Empresarial le prepara para adquirir unos conocimientos específicos dentro del área desarrollando en el alumno unas capacidades para desenvolverse profesionalmente en el sector, y más concretamente en planes de empresa y de marketing empresarial

Salidas Laborales

Administración y Gestión

Material Didácticos



- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Plan de Marketing Empresarial'
- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Plan de Marketing Empresarial'
- Subcarpeta portafolios
- Dossier completo Oferta Formativa
- Carta de presentación
- Guía del alumno
- Bolígrafo

Formas de Pago

- Contrareembolso
- Tarjeta

- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono
(+34) 958 050 217 e
infórmate de los pagos a
plazos sin intereses que
hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online



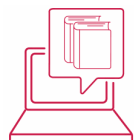
Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.



Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.



Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

PARTE 1. PLAN DE EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CREACIÓN DE EMPRESAS

- 1.Introducción.
- 2.La idea empresarial.
- 3.Generación de ideas de negocio.
- 4.Factores de fracaso.
- 5.Factores de éxito.
- 6.Riesgos.
- 7.El plan de empresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PASOS A SEGUIR EN EL PLAN DE EMPRESA. PLAN DAFO

- 1.Introducción.
- 2.Descripción del negocio. Productos o servicios.
- 3.Estudio de mercado.
- 4.Plan de marketing.
- 5.Plan de producción/descripción técnica.
- 6.Infraestructuras.
- 7.Organización y recursos humanos.
- 8.Plan financiero.
- 9.Valoración del riesgo. Valoración del proyecto.
- 10.Estructura legal. Forma jurídica.
- 11.Estudio de mercado.
- 12.Matriz DAFO.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLAN DE MARKETING

- 1.Introducción.
- 2.Variables que integran el marketing.
- 3.Marketing con causa.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PLAN DE PRODUCCIÓN O PRESTACIÓN DE SERVICIOS

- 1.Introducción.
- 2.Decisiones del plan de producción o prestación de servicios.
- 3.Infraestructuras.
- 4.Recursos Humanos.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLAN FINANCIERO

- 1.Introducción.
- 2.Plan de inversiones iniciales.
- 3.Plan de financiación inicial.
- 4.Forma jurídica de la empresa.
- 5.Valoración final y viabilidad.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MICROCRÉDITOS: INSTRUMENTOS DE COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO

- 1.Introducción.
- 2.¿Qué son los microcréditos?
- 3.Las instituciones de microcréditos.
- 4.Las finanzas en la economía y el desarrollo.
- 5.Microcrédito y reducción de pobreza.
- 6.Administración de los fondos destinados al microcrédito. Los sistemas financieros descentralizados.
- 7.Los microcréditos en la Ayuda Oficial al Desarrollo española.

PARTE 2. PLAN DE MARKETING EMPRESARIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE MARKETING.

- 1.Concepto y contenido del marketing:
 - 1.- Función del marketing en la gestión de la empresa: la orientación al cliente.
 - 2.- Marketing estratégico y operativo.
- 2.Estrategias y tipos de marketing.
- 3.Marketing mix:
 - 1.- Planificación integral del marketing.
 - 2.- Elementos que integran el marketing mix e interrelación entre ellos.
- 4.Elaboración del plan de marketing:
 - 1.- Estructura y funcionalidad.
 - 2.- Políticas de marketing en la empresa.
 - 3.- Presupuesto del plan de marketing.
- 5.Análisis DAFO y estrategias de marketing:
 - 1.- Estudios de mercado.

- 2.- Segmentación y posicionamiento y detección de oportunidades de mercado.
- 3.- Elaboración de informes de oportunidades de mercado.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICA DE PRODUCTO.

- 1. Definición de la política de producto.
- 2. Atributos y características de productos y servicios de la empresa.
 - 1.- Clasificación de productos.
 - 2.- Diferenciación de los productos.
- 3. Concepto de gama y línea de productos.
 - 1.- La cartera de productos.
- 4. La teoría del ciclo de vida del producto (CVP) y su aplicación al marketing.
 - 1.- Estrategias según el CVP.
 - 2.- Servicios añadidos.
- 5. Mapas de posicionamiento.
 - 1.- Concepto de posicionamiento de producto.
 - 2.- La elección de los ejes de posicionamiento.
- 6. Matriz BCG y creación de nuevos productos.
- 7. Análisis del envase y de la marca como elementos diferenciadores.
 - 1.- Concepto y finalidad de la marca.
 - 2.- Tipología de las marcas.
 - 3.- Estrategia de marca.
 - 4.- Elementos fundamentales del envase.
- 8. Elaboración de informes sobre producto.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POLÍTICA DE PRECIOS.

- 1. Definición de la política de precios.
 - 1.- El concepto de precio.
 - 2.- El precio como instrumento de marketing.
- 2. Características y variables de decisión.
- 3. Concepto de elasticidad de precio.
 - 1.- Elasticidad cruzada.
- 4. Normativa vigente en materia de precios.
 - 1.- Relaciones con los distribuidores.
- 5. Métodos para la determinación de los precios:
 - 1.- Métodos basados en el coste.
 - 2.- Métodos basados en la competencia.
 - 3.- Métodos basados en el mercado o demanda.
- 6. Cálculo del punto muerto.
- 7. Estrategias comerciales en la política de precios.
 - 1.- Estrategias diferenciales.
 - 2.- Estrategias competitivas.

3.- Estrategias para líneas de productos.

4.- Estrategias para productos nuevos.

8. Elaboración de informes sobre precios.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN.

1. Definición de la política de distribución.

2. Canales y fórmulas de distribución.

1.- Elección de los canales.

2.- Relación entre miembros del canal de distribución.

3.- Comercio mayorista.

4.- Comercio minorista.

3. Estrategias en la política de distribución.

4. Relaciones con la red y puntos de ventas.

1.- Determinación del número de puntos de venta.

2.- Selección del lugar de emplazamiento.

5. Marketing en la distribución.

1.- Merchandising.

6. Comercialización «on line» de productos y servicios.

1.- Las relaciones comerciales B2B y B2C.

7. Elaboración de informes sobre distribución.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN.

1. Definición de la política de comunicación en la empresa.

2. Tipos de comunicación en la empresa.

1.- Comunicación interna.

2.- Comunicación externa en la empresa.

3.- La comunicación personal.

4.- Otros tipos de comunicación.

3. El mix de comunicación: tipos y formas.

1.- Publicidad.

2.- Promoción de ventas.

3.- Relaciones públicas.

4.- Marketing directo.

5.- Marketing relacional.

6.- Marketing «on line».

4. Medios de comunicación.

1.- Medios convencionales.

2.- Medios no convencionales.

5. Elaboración del briefing de productos, servicios o marcas:

1.- Objetivos y finalidad del briefing.

2.- Estructura y elementos del briefing.

3.- Aplicaciones de presentación del briefing.