

Identificar los intereses y motivaciones del emprendedor.
Determinar las variables que definen el éxito en el pequeño negocio o microempresa.
Generar una idea de negocio con éxito.
Realizar el análisis DAFO de la oportunidad de negocio
Identificar los recursos económicos propios o ajenos para la financiación de la PYME.
Diferenciar las clases de empresas y los tipos de sociedades en pequeños negocios o microempresas, así como su forma jurídica.
Analizar los trámites burocráticos para la puesta en marcha de una PYME
Realizar un estudio de mercado analizando el entorno de nuestro negocio o empresa.
Desarrollar el plan estratégico para la implantación de la empresa.
Identificar las ventajas e inconvenientes de la descentralización productiva como estrategia de racionalización.
Definir la presentación de la idea de negocio.
Realizar el estudio técnico de los procesos que conforman el negocio.
Identificar los instrumentos de edición y presentación de la información.
Identificar las herramientas de presentación y divulgación del plan de negocios a terceros.
Conocer los procesos internos y externos en la pequeña empresa o microempresa.
Identificar las fuentes de financiación a corto y largo plazo
Realizar el Plan de Marketing de la empresa

UNIDAD 1. La idea y el emprendedor

Introducción

Evaluación del potencial emprendedor

Características del emprendedor

Conocimientos

Destrezas

Actitudes

Intereses y motivaciones

Variables que determinan el éxito en el pequeño negocio o microempresa

Planteamiento

Variables comerciales y de marketing

Variables propias

Variables de competencia

Tabla de variables internas o externas que pueden determinar el éxito en un negocio

Empoderamiento

Concepto

Características de las empresas y resultados positivos del empoderamiento

Cómo crear una empresa con empoderamiento

Desarrollo de capacidades personales para el aprendizaje

La red personal y social

Análisis de oportunidades e ideas: planteamiento

Identificación de oportunidades e ideas de negocio

Necesidades y tendencias

¿Cómo generar una idea de negocio? Proceso tendencias

¿Cómo encontrar una idea de negocio con éxito?

Fuentes de búsqueda

La curiosidad como fuente de valor y búsqueda de oportunidades

Técnicas de creatividad en la generación de ideas

Técnica de Edward Bono (Seis Sombreros)

El pensamiento irradiante

Análisis DAFO de la oportunidad de negocio

Concepto

Utilidad y limitaciones

Estructura: Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades

Elaboración del DAFO

Interpretación del DAFO

UNIDAD 2. Técnicas y recursos para crear una PYME

Introducción

Recursos económicos propios o ajenos

Variables a considerar para la ubicación del pequeño negocio o microempresa

Decisiones de inversión en instalaciones, equipamientos y medios

La forma jurídica

Clasificación de las empresas

Tipos de sociedades mercantiles más comunes en pequeños negocios o microempresas

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

La elección de la forma jurídica de la microempresa

Trámites burocráticos para la puesta en marcha de una PYME

Introducción

Los trámites administrativos: licencias, permisos, reglamentación y otros

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 3. El Plan Estratégico

Conocimiento del entorno

El estudio de mercado: análisis del entorno del negocio o empresa

Factores sobre los que se debe buscar información

Elección de las fuentes de información

Entorno en el que llevaremos a cabo nuestra actividad

Análisis de las variables intervinientes

Introducción

Las características de un segmento de mercado

Posibles variables para segmentar un mercado

Desarrollo del plan estratégico

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

UNIDAD 3. El Plan de negocio

Finalidad del Plan de Negocio

Plan de negocio: concepto

Investigación y desarrollo de una iniciativa empresarial

Focalización de la atención en un tipo de negocio concreto

Identificación de las barreras de entrada y salida

Previsión y planificación económica

La búsqueda de financiación

Presentación del plan de negocio y sus fases

Introducción

Datos de identificación del proyecto empresarial

Presentación de la idea de negocio

Presentación de los promotores

Definición de perfil del mercado, análisis y pronóstico de demanda, competidores, proveedores y estrategia de comercialización

Estudio técnico de los procesos que conforman el negocio

Plan de organización: R.R.H.H
Plan económico financiero
Instrumentos de edición y presentación de la información
Introducción
Aspectos formales del documento
Elección del tipo de soporte de la información
Presentación y divulgación del Plan de Negocio a terceros
Cómo realizar una presentación adecuada de su plan de negocio
Entidades, organismos y colectivos de interés para la presentación de la empresa
Plazos y procedimientos en la presentación de la documentación del negocio

UNIDAD 4. Gestión y organización de una PYME

Introducción
Componentes básicos de una pequeña empresa
Sistemas: planificación, organización, información y control
Los procesos internos y externos en la pequeña empresa o microempresa
La estructura organizativa de la empresa
Control de gestión del pequeño negocio o microempresa
Identificación de áreas críticas
Gestión económico-financiera
Características y funciones de los presupuestos
El presupuesto financiero
Estructura y modelos de los estados financieros previsionales
Estructura, contenido y características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales
La Memoria
Tipos de equilibrio patrimonial y sus efectos en la estabilidad de los pequeños negocios o microempresa
Instrumentos de análisis: ratios financieros, económicos y de rotación más importantes
Rentabilidad de proyectos de inversión
Plan de marketing
Planificación de marketing
Determinación de la cartera de productos
Gestión estratégica de precios
Canales de comercialización
Comunicación e imagen de negocio
Estrategias de fidelización y gestión de clientes
Técnicas de venta
El planteamiento de objetivos a alcanzar en el mercado potencial
La programación con metas parciales
La preparación de la argumentación
Previsión de respuestas a las objeciones
El presupuesto económico de la actividad de venta
El seguimiento y control periódico de la acción de comercial