

Generación de modelos de negocio

Duración: 70 horas.

Modalidad: online

- Conocer las habilidades, destrezas, capacidades y conocimientos que deben tener los emprendedores. - Conocer los diferentes modelos de negocio a partir de los cuales se pueden crear las empresas. - Diferenciar las fuentes de financiación de las que pueden obtener recursos las empresas. - Distinguir los trámites necesarios para la creación de empresas. - Conocer los factores que intervienen en el desarrollo de la actividad empresarial.

Contenidos

• 1. Unidad de aprendizaje 1: Actitud emprendedora

- Introducción
- 1. Conocimientos y capacidad de emprendimiento
- 2. Habilidades
- Actividad de evaluación 1
- Tarea de evaluación 1
- Resumen
- Unidad 1. Manual pdf

• 2. Unidad de aprendizaje 2: Búsqueda y valoración de ideas de negocio

- Introducción
- 1. Técnicas para la búsqueda de ideas de negocio
- Tarea de evaluación 2
- Tarea de evaluación 3
- 2. Valoración de ideas de negocio
- Actividad de evaluación 2
- Resumen
- Unidad 2. Manual pdf

• 3. Unidad de aprendizaje 3: Los modelos de negocio

- Introducción
- 1. Tipología de los modelos de negocio
- Tarea de evaluación 4
- Tarea de evaluación 5
- Actividad de evaluación 3
- 2. El método Canvas
- 3. Ejemplos prácticos
- Resumen
- Unidad 3. Manual pdf
- **4. Unidad de aprendizaje 4: Variables determinantes del éxito empresarial**
 - Introducción
 - 1. El entorno
 - Actividad de evaluación 4
 - Tarea de evaluación 6
 - 2. La competencia y los proveedores
 - Tarea de evaluación 7
 - 3. Los clientes
 - Tarea de evaluación 8
 - 4. Los recursos de la empresa
 - Actividad de evaluación 5
 - Actividad de evaluación 6
 - Resumen
 - Unidad 4. Manual pdf
- **5. Unidad de aprendizaje 5: Plan financiero**
 - Introducción
 - 1. Análisis de la viabilidad del proyecto de inversión
 - Tarea de evaluación 9
 - 2. Fuentes de financiación

- Actividad de evaluación 7
- 3. Planificación económica y financiera
- Actividad de evaluación 8
- Resumen
- Unidad 5. Manual pdf
- **6. Unidad de aprendizaje 6: Plan de marketing**
 - Introducción
 - 1. Fases en la planificación del marketing
 - 2. Segmentación del mercado
 - 3. Determinación de la estrategia de precios
 - Tarea de evaluación 10
 - 4. Del marketing tradicional al marketing relacional
 - 5. Canales de comunicación de la campaña publicitaria
 - Actividad de evaluación 9
 - Tarea de evaluación 11
 - Resumen
 - Unidad 6. Manual pdf
- **7. Unidad de aprendizaje 7: Estrategia y gestión comercial**
 - Introducción
 - 1. Ciclo de vida del producto
 - 2. Comercialización
 - Tarea de evaluación 12
 - 3. Documentación comercial y programas de gestión de clientes
 - Tarea de evaluación 13
 - 4. Gestión de almacén
 - Resumen
 - Unidad 7. Manual pdf
- **8. Unidad de aprendizaje 8: Gestión administrativa para la puesta en marcha**

- Introducción
- 1. Tipos de sociedades
- Tarea de evaluación 14
- Actividad de evaluación 10
- 2. Trámites para la creación de empresas
- Tarea de evaluación 15
- Resumen
- Unidad 8. Manual pdf
- **9. Unidad de aprendizaje 9: Plan de negocio**
 - Introducción
 - 1. Presentación del plan de negocio a terceros
 - Actividad de evaluación 11
 - Tarea de evaluación 16
 - 2. Caso práctico
 - Resumen
 - Unidad 9. Manual pdf
- **10. Bibliografía**
 - Bibliografía
- **11. Glosario**
 - Glosario