



Creación de Empresas para Emprendedores

Código: 556188

Duración: 8.00 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.

UNIDAD - EL EMPRENDEDOR Y LA IDEA DE NEGOCIO

● La figura del emprendedor
La idea de negocio
Trabajar sobre la idea
Validación de la idea
Descubrir al cliente
Validación del cliente
Construcción de la empresa

UNIDAD - EL MÉTODO LEAN STARTUP

● Paso 1: Crear
Paso 2: Medir
Paso 3: Aprender

UNIDAD - EL MODELO Y EL PLAN DE NEGOCIOS

● Modelo CANVASEjemplo de Modelo Canvas
Los nuevos modelos de negocio de la era digital
El plan de negocio
Elaboración del plan de negocios

UNIDAD.- EL PLAN DE EMPRESA

● El plan de empresa
Objetivos del plan
Fases para la elaboración del plan
Elaboración del plan de empresa
Introducción
Promotores del plan
La estructura organizativa de la empresa
Descripción de los productos/servicios
Plan de producción
Organización y recursos humanos
Plan de inversiones
Previsión de la cuenta de resultados
Valoración del riesgo

UNIDAD - CÓMO CREAR UN PRODUCTO CON DESIGN THINKING

● Empatizar
Mapa de empatía
Ejemplo de mapa de empatía
Definir
Errores comunes en la definición del problema
Idear
Prototipar
Herramientas de prototipado
Validar o testear

UNIDAD - EL MERCADO

● Análisis del entorno
Los competidores y el entorno competitivo
Mercado Meta
Segmentación del mercado
Enfoques de segmentación del mercado
Pasos para realizar una segmentación de mercado
Errores que debemos evitar al segmentar
Ejemplos de segmentación de mercado

UNIDAD - LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

● Clasificación de los canales
Estructura del canal de distribución
Franquicias
Ubicación del establecimiento comercial
Área comercial
Estudio de la ubicación

UNIDAD - PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN

● Mezcla promocional
La marca
Construir una marca
La experiencia cliente desde la perspectiva de la marca
El posicionamiento de la marca
Cómo construir el posicionamiento

UNIDAD - EL PLAN DE MARKETING

- Cadena de valor Diagnóstico de la empresa Análisis DAFO Ejemplo de análisis DAFO Elaboración de un plan de marketing

UNIDAD - LA FINANCIACIÓN DEL PROYECTO

- Las 3F (family, friends, fools) El Bootstrapping Ajustarse al modelo de bootstrapping La captación de socios Financiación a través de una entidad financiera Financiación a corto plazo
Créditos comerciales y aplazamientos de pago

- Pólizas de crédito. Negociación de efectos comerciales Factoring Financiación a largo plazo Análisis de Crédito Cómo deciden las entidades financieras otorgar o no financiación Crowdfunding El capital riesgo o Venture capital Tipos de capital riesgo Proyectos que atraen o no atraen inversiones Pasos para conseguir capital riesgo Documento de oferta final La negociación con los inversores El arte de la presentación Los aspectos psicológicos de la presentación Los procedimientos legales La incorporación del inversor Qué hacer después de la inversión

UNIDAD - CASOS PRÁCTICOS EMPRESARIALES

UNIDAD - ANEXOS