

CREACIÓN DE EMPRESAS

Deusto Formación es una iniciativa de **Grupo Planeta** para desarrollar un nuevo concepto: cursos de formación continua especializados, con servicio de consulta on-line.

El objetivo de Deusto Formación es capacitar a los profesionales en activo para adaptarse al competitivo y exigente escenario laboral actual, e impulsar su desarrollo profesional.

En respuesta a la constante demanda del mercado, y de las empresas, de profesionales cualificados y en permanente actualización, Deusto Formación ofrece nuevas herramientas para adaptarse a las nuevas exigencias del mercado.

ÍNDICE PRESENTACIÓN:

- **Objetivos**
- **¿A quién va dirigido?**
- **Metodología**
- **Servicios del Campus Online**
- **Programa detallado**

OBJETIVOS

Para emprender un negocio es necesario algo más que conocer los conceptos de la gestión empresarial. Requiere personas capaces de percibir una oportunidad de negocio y apostar por ella. Con este curso de Deusto Formación desarrollarás las habilidades necesarias para gestionar tus capacidades personales y las herramientas que el entorno ofrece para hacer triunfar la empresa que quieras crear.

- Dispondrás de los criterios fundamentales de gestión que te permitirán afrontar con garantías tu proyecto.
- Desarrollarás las etapas para la puesta en marcha de una empresa.
- Dominarás, a partir de casos prácticos, los conceptos de gestión de un nuevo negocio para darle forma e identificar las oportunidades y riesgos a los que se enfrenta.



Adicionalmente y como complemento aprenderás a trabajar con **Google AdWords** el programa de referencia en publicidad online con la única metodología autorizada oficialmente por Google. Además dispondrás de un bono gratuito de 50 € para tu propia campaña de publicidad

Crece profesionalmente con **Deusto Formación**

A QUIÉN VA DIRIGIDO

Gracias a la estructura del curso, basada en módulos, este curso está indicado para personas que buscan objetivos distintos. Los intereses concretos del alumno, le llevarán a profundizar más en unos temas u otros. El curso de Emprendedores, está pensado concretamente para:

- Personas que quieran emprender un negocio así como profesionales interesados en desarrollarlo dentro de la propia empresa.
- Responsables de Pymes que desean diversificar su actividad.
- Profesionales que han creado su negocio y que necesitan disponer de herramientas que les ayuden a avanzar en el camino emprendido.
- Aquellos que quieran potenciar el nacimiento de negocios, su desarrollo, expansión, etc.

METODOLOGÍA

El método pedagógico de Deusto Formación tiene por objetivo la adquisición de conocimientos, y sobre todo, su aplicación práctica en el ámbito laboral. El método se adapta perfectamente a las circunstancias y capacidades de cada alumno, ya que estas y su dedicación marcarán el ritmo de aprendizaje.

A través de los materiales del curso, el uso del campus virtual y la atención personalizada de tu tutor lograrás alcanzar tus objetivos. Independientemente de tu nivel inicial, el método pedagógico progresivo de Deusto Formación te garantiza el éxito en tu aprendizaje.

- Dispondrás de apoyo complementario al curso a través del campus, con acceso a la biblioteca, agenda de estudio etc.
- Te marcarás tus propios objetivos, e irás progresando de forma efectiva: no hay pérdidas de clases o conocimientos.
- Dispondrás del apoyo y seguimiento de un tutor personal, experto y especializado en la materia, que responderá a tus dudas y preguntas en menos de 24hr.
- Podrás estudiar donde y cuando tú quieras: los cursos online se adaptan a tu horario y ritmo, sin tener que desplazarte.
- Realizarás pruebas de evaluación tras cada módulo del curso, a través del campus online, con las que comprobarás tus progresos en la materia, tus puntos fuertes, y tus áreas de mejora.
- Recibirás un diploma acreditativo de Deusto Formación tras la superación de todas las pruebas de evaluación.

CAMPUS ONLINE

Deusto Formación propone un lugar de encuentro e intercambio entre todos los estudiantes y profesores. Se trata de un espacio de consulta online, para facilitarte el estudio y la comunicación con el centro y el tutor, en cualquier momento.

Dentro del Campus Online, los alumnos tienen a su disposición un Buzón Personal, desde el que podrás enviar y recibir e-mails de tu tutor y de las últimas novedades del centro.

El Campus dispone de un acceso a las pruebas de evaluación de manera cómoda y rápida. Podrás comprobar tu progreso, obtener correcciones y comentarios de tu tutor personal.

Una Agenda, para que el alumno pueda planificar, junto con su tutor, el ritmo de aprendizaje deseado con el fin de realizar el curso en el tiempo previsto.

Todos los alumnos disponen de una sección de “Historial Académico”, donde encontrarás todas las pruebas de evaluación realizadas, y así, podrás realizar un seguimiento de tu progreso a lo largo del curso, comprobando si el ritmo de estudio es el marcado en la agenda.

También, disponen del acceso a la Biblioteca, donde encontrarás material relacionado y enlaces de interés y actualidad, que complementan el temario del curso.

Dentro de la Secretaría Online, podrás consultar todo lo que necesites sobre temas administrativos: Petición de facturas, consulta de cuotas, modificación de datos, etc.

MATERIALES DEL CURSO

- Guía de Estudio
- 4 Módulos en carpeta de anillas compuestos por 12 unidades didácticas
- 4 pruebas de evaluación
- 4 CD-ROM interactivos complementarios de los módulos



NanforIberica

- CD Interactivo de **Google AdWords** para: Aprender conceptos básicos, efectuar simulaciones y estimaciones de costes de una campaña de marketing on line.
- Bono gratuito por valor de 50 € para efectuar tu propia campaña publicitaria con **Google AdWords**.

E

STRUCTURA Y CONTENIDOS DEL CURSO

El Curso se compone de 4 módulos, estructurados en 12 unidades didácticas. Cada módulo se completa con un CD-ROM interactivo sobre aspectos relevantes del mismo.

Como Anexo se incluye un CD interactivo con un curso de **Google AdWords** que contiene 6 unidades específicas.

La realización del Curso culmina con la obtención del Diploma DEUSTO Formación.

Este diploma cuenta además con el sello que certifica la realización del curso de **Google AdWords** con la única empresa autorizada oficialmente por Google

Módulo 1. La elaboración del Plan de Negocio. Este módulo se inicia analizando los aspectos personales del emprendedor, las actitudes y competencias que debe tener ante la tarea de emprender. Se analiza también el proceso innovador y de creación de ideas para, a continuación, describir y analizar las fases que caracterizan a la creación de una empresa y las tareas de gestión fundamentales en cada fase

A continuación se desarrolla detalladamente el contenido del Plan de Negocio. Se abordan los aspectos que debe incorporar un plan de negocio, como son la redacción del resumen ejecutivo, la presentación eficaz del equipo promotor, la definición del mercado, la conceptualización del producto o servicio que se desea ofrecer, la planificación de marketing y ventas que debe ponerse en marcha, el diseño de la organización y la definición de su estructura, la planificación de la puesta en marcha del negocio y el análisis financiero.

En último lugar se estudia la búsqueda de financiación. Se tratan las diversas fuentes de financiación a la hora de crear una empresa, la forma más apropiada de llevar a cabo el acercamiento a cada tipo de financiador/inversor, así como algunos métodos de valoración de empresas. Se incluye además un caso práctico completo, el caso ENERGETICS, una empresa de tecnología de nueva creación que trata de poner en el mercado una innovación: se desarrolla un plan de negocio para esta empresa.

Módulo 2. Las formas jurídicas de la empresa. Este módulo analiza las principales formas jurídicas en las que se puede organizar la actividad del emprendedor como empresario.

Profundiza en los diversos tipos de sociedades (por ejemplo: sociedad de responsabilidad limitada, sociedad nueva empresa, sociedad anónima, cooperativas, entidades de capital riesgo, grupos de sociedades, uniones temporales de empresa, fundaciones, sociedades profesionales, etc.), ofreciendo un amplio abanico de posibilidades con la finalidad de que el emprendedor pueda acogerse a la forma jurídica societaria que más encaje con sus características.

Módulo 3. Marketing estratégico y operativo para emprendedores. Este módulo se inicia abordando uno de los aspectos importantes que todo emprendedor debe tener en cuenta a la hora de desarrollar un negocio y crear una empresa, que no es otro que el impulso de las ventas. El marketing es sobre todo una cuestión de metodología y se hace más importante en este caso porque el emprendedor se encuentra en una fase crítica de su proyecto. La comprensión correcta del concepto de marketing y su aplicación sistemática son fundamentales para la consecución de los objetivos de la empresa, haciendo especial hincapié en los correspondientes al mercado y las ventas.

Se analiza el significado del marketing para el emprendedor, así como los principales aspectos y herramientas que debe emplear para posicionarse en el mercado. Se estudian con detalle todos los aspectos relevantes: el marketing mix, la investigación y segmentación de mercados, el análisis del entorno y el posicionamiento. A continuación se trata en profundidad la realización del plan de marketing que es una herramienta básica de gestión para el emprendedor.

Como en el módulo anterior, para facilitar el aprendizaje se ha desarrollado en paralelo a los temas que se van tratando un caso práctico, el caso NOVALTA, empresa de nueva creación que agrupa a varias cooperativas productoras de vino, que pretenden lanzar una nueva marca al mercado.

Módulo 4. La organización comercial y de ventas. Este módulo se centra en el análisis de otra de las variables fundamentales del proceso emprendedor: la organización de ventas. La venta es uno de los aspectos que no se subcontratará, y que recaerá en el emprendedor o en las personas que éste contrate para esta labor.

El módulo aborda los principales aspectos relacionados con la venta. Se va desde la visión global del área de ventas al detalle de la gestión del cliente. Inicialmente se analiza el contenido del trabajo que el emprendedor debe tener en cuenta a la hora de desempeñar la función de la dirección comercial y de ventas. También se describe el perfil detallado de lo que debe de ser un buen vendedor. Por último, se tratan las características peculiares de la venta de servicios, productos para empresas y venta por Internet.

Como en el resto de módulos, para facilitar el aprendizaje se desarrolla un caso práctico completo a lo largo de las unidades didácticas. Se trata de la empresa PLANTER, dedicada a la comercialización de espacios de publicidad exterior. Posteriormente, se estudia la organización y planificación del área de ventas. En concreto, respecto a la organización se tratan las funciones y estructura de la organización comercial. Respecto a la planificación, se analiza cómo establecer objetivos de venta, la elaboración del correspondiente plan de ventas, así como la definición del sistema de información y control de las mismas. Se describen además algunas técnicas aplicables para la determinación de precios y márgenes.

Finalmente se estudia con todo detalle la actividad del vendedor a través del análisis de las fases de la venta, la negociación, la refutación de objeciones y la posventa. Todas las situaciones vienen reflejadas con ejemplos prácticos de venta referidos al caso PLANTER.

Asimismo, en cada unidad didáctica se incluyen 2 series de Ejercicios de Seguimiento, que el alumno debe realizar a través del Campus Virtual. El profesor le corregirá estos ejercicios y le comentará las observaciones pertinentes, también a través del Campus Virtual. Estos ejercicios son evaluables y constituyen una Guía sobre la marcha del curso del alumno y su aprendizaje.

En cada uno de los 4 módulos se incluye una prueba de evaluación que el alumno debe realizar y enviar al Centro para su corrección y evaluación. Igual que para los Ejercicios de Seguimiento, debe hacerlo por Internet a través del Campus Virtual.

La realización del curso culmina con la superación de estos Ejercicios de Seguimiento y de las 4 pruebas de evaluación y la obtención del Diploma DeustoFormación.

Anexo: CD Interactivo Google AdWords

El Posicionamiento en Buscadores es la técnica fundamental en toda campaña de marketing online debido a que permite la máxima segmentación del público, controlar el gasto perfectamente y hacerlo de manera dinámica. Con este CD podrás crear, planificar, administrar y optimizar una campaña en **Google AdWords**.

PROGRAMA

Módulo 1. La elaboración del Plan de Negocio

Unidad didáctica 1. El emprendedor: conceptos, desarrollo de la idea de negocio y características fundamentales

- El emprendedor
 - El proceso innovador. Desarrollo de la idea de negocio
 - Perspectiva de desarrollo de una empresa. El proceso emprendedor

Unidad didáctica 2. Desarrollo del Plan de Negocio

- Desarrollo del Plan de Negocio
- Contenido del Plan de Negocio
- Idea de producto y servicio
- El mercado
- Ventas y Marketing
- La organización
- La financiación
- Análisis financiero

Unidad didáctica 3. La búsqueda de financiación y Caso práctico Energetics

- La búsqueda de financiación
 - Fuentes de financiación
 - Acercamiento a los inversores
- Caso práctico Energetics
- Bibliografía

Módulo 2. Formas jurídicas de la empresa

Unidad didáctica 1: Formas jurídicas de la Empresa (I)

- Empresario Individual
- Sociedad Civil
- Comunidad de bienes
- Sociedad Colectiva
- Sociedad Comanditaria Simple
- Sociedad Comanditaria por acciones
- Sociedad de Responsabilidad Limitada
- Sociedad Nueva Empresa

Unidad didáctica 2. Formas Jurídicas de la Empresa (II)

- Sociedad Anónima

Unidad didáctica 3. Formas jurídicas de la empresa (III)

- Empresas de Servicios de Inversión
- Sociedades Laborales

- Cooperativas
- Sociedades de Garantía Recíproca
- Entidades de Capital Riesgo
- Asociación de Cuentas en Participación
- Agrupación de Interés económico
- Uniones Temporales de Empresa
- Fundaciones
- Sociedades Profesionales
- Bibliografía

Modulo 3. Marketing estratégico y operativo para emprendedores

Unidad didáctica 1. Definición de marketing, segmentación y plan estratégico

- Conceptos de marketing
- Ámbitos de actuación
- Investigación de mercados
- Segmentación de mercados
- Plan de marketing estratégico

Unidad didáctica 2. El marketing operativo

- El marketing operativo
 - Factores que intervienen y Marketing Mix
- Desarrollo del Plan de Marketing operativo
 - Qué es el marketing operativo
 - Ventajas
 - ¿Cómo tiene que ser un plan de marketing?
- Contenido del Plan
- Producto y Precio
- Competencia
- Distribución comercial
- Diagnóstico de situación
- Objetivos de marketing

Unidad didáctica 3. Estrategias de marketing y cuentas de resultados

- Estrategias de marketing
- Comunicación
 - Principales soportes de comunicación. Objetivos y publicidad
 - Promoción de ventas
 - Relaciones públicas
- Marketing directo
- Cuenta de resultados
- Análisis de sensibilidades
- Bibliografía

Modulo 4. La organización comercial y de ventas

Unidad didáctica 1. La dirección comercial

- El Director Comercial
 - El emprendedor y la dirección comercial
 - Vías para la consecución de ventas rentables
 - Funciones del Director Comercial
- El vendedor
 - Cualidades básicas y específicas para ser gran vendedor
 - Aptitudes para la venta y su desarrollo
 - Roles a desempeñar por el vendedor
- Tipología de ventas
 - La venta de productos y servicios
 - La venta en Internet
 - Las ventas B2B

Unidad didáctica 2. La organización y planificación de ventas

- La organización de ventas
 - Las funciones del equipo de ventas
 - Estructura del equipo de ventas
 - Análisis de la carga de trabajo
 - Cómo diseñar el territorio de ventas
- Planificación de ventas
 - Determinación objetivos de venta
 - Desarrollo del plan de ventas
 - Diseño del sistema de información comercial
- Aplicación del cálculo comercial a la venta
 - Márgenes comerciales
 - Precios de venta
 - Descuentos

Unidad didáctica 3. Técnicas de venta, negociación y postventa

- Técnicas de venta
 - Fases de la venta
 - Cómo refutar las objeciones
- La negociación
 - ¿Cuándo empieza la fase de cierre?
 - Técnicas de cierre
 - Actitud ante el cliente una vez cerrada la venta
- La postventa y fidelización de clientes
 - Atención al cliente en la postventa
 - La fidelización

- Bibliografía

ANEXO: CD Interactivo *Google AdWords*

Unidad 1. Introducción

- Introducción a las herramientas de Google
- Los buscadores como herramienta publicitaria
- La publicidad en Google AdWords (Coste por Clic)
- La red de contenido como herramienta publicitaria

Unidad 2. Planificación de la campaña

- Investigar el mercado
- Marcar objetivos
- Segmentación de mercado: la orientación del anuncio
- Definir tipos de campañas en base al objetivo de ventas
- Conceptos clave en AdWords para diseñar un anuncio
- Planificación presupuestaria

Unidad 3. Crear una campaña

- Cómo llegar a AdWords
- Selección de la versión de la cuenta
- Selección de cliente por idiomas
- Seleccionar clientes por ubicación
- Crear un anuncio de texto
- Crear un anuncio gráfico
- Crear un anuncio de vídeo
- Seleccionar palabras clave
- Establecer precios
- Revisión y registro

Unidad 4. Administrar una campaña

- La estructura de una cuenta de AdWords en base a la facturación
- Configuración de costes con Google AdWords por campaña
- Control de costes de campañas
- Opciones de facturación y pago

Unidad 5. Calidad, control y seguimiento

- El nivel de calidad de las palabras clave
- Tipos de estado de palabras clave
- Crear y gestionar informes
- Seguimiento de conversiones

- Introducción a Google Analytics

Unidad 6. Optimización del rendimiento de anuncios

- La mejora del rendimiento de los anuncios
- Revisar el sitio web
- Estrategias específicas de optimización
- Uso de concordancia de palabras clave para la optimización
- Optimización de la cuenta
- Optimización de la posición del anuncio
- Herramientas de Google AdWords para la optimización