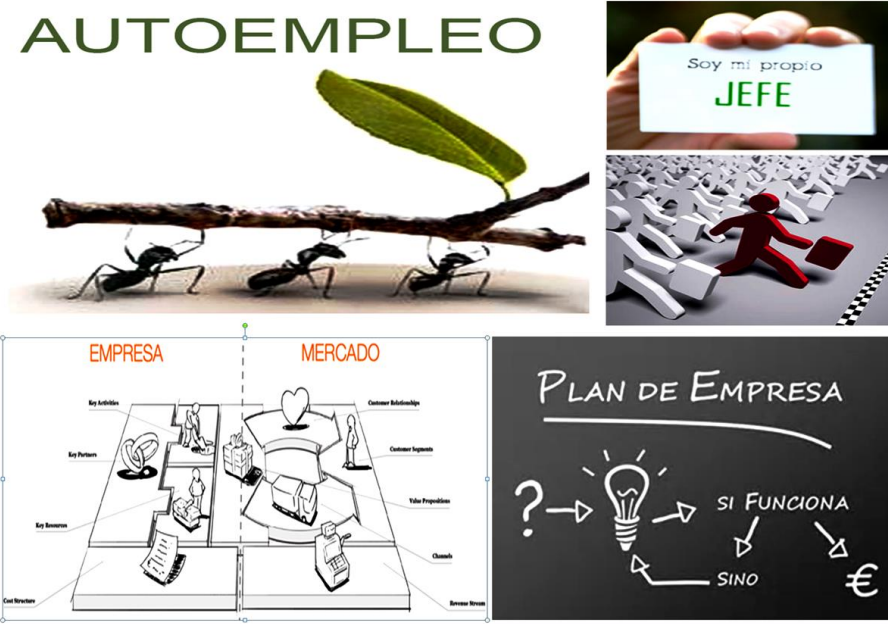


Autoempleo. Plan de Empresa desarrollado

JUSTIFICACIÓN

Actualmente el autoempleo se está sugiriendo e imponiendo como única forma de tener trabajo. Emprender un negocio se ha hecho una de pocas formas de reducir las altas tasas de desempleo.



OBJETIVOS

El objetivo principal del curso va dirigido a que el emprendedor vea cómo se desarrolla un PLAN DE EMPRESA para planificar, evaluar y controlar todos los aspectos más importantes del negocio, desde la idea inicial, hasta la puesta en marcha de la empresa.

CONTENIDOS

1. EL AUTOEMPLEO
2. LEAN CANVAS
3. LOS 9 BLOQUES LEAN CANVAS. CONCEPTOS
4. PLAN DE EMPRESA. INTRODUCCIÓN
5. PLANTEAMIENTOS PREVIOS
6. ESTUDIO DEL MERCADO
7. PLAN DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN
8. PLAN DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES
9. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO
10. PLAN RECURSOS HUMANOS
11. FORMAS JURÍDICAS Y TRÁMITES
12. FISCALIDAD
13. TECNOLOGÍA, INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES
14. INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN
15. CALIDAD, MEDIO AMBIENTE Y PRL
16. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO
17. FINANCIACIÓN DE LAS START UP
18. GUÍA DEL EMPRENDEDOR
19. DATOS PARA EL ESTUDIO DE PREVIABILIDAD
20. METODOLOGÍA START UP VS NEGOCIO TRADICIONAL
21. SÍNTESIS DEL EMPRENDIMIENTO CON ÉXITO
22. GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING

Anexos Generales

- Autónomos (86+ anexos)
- Franquicias y traspasos (9+ anexos)
- Nuevo Negocio (41+ anexos)
- PYMES (38+ anexos)
- Start Up (23+ anexos)

Anexos en vídeo

- (15 vídeos)



70 horas /
5 semanas



Nivel de profundidad:
Intermedio*

Modalidad:
e-learning

Ampliar información:

web: www.ingenierosformacion.com
e-mail: secretaria@ingenierosformacion.com
Tlf: 985 73 28 91

* Partiendo de la base de que los cursos están dirigidos a un perfil mínimo de Ingeniero

Presentación

Actualmente el autoempleo se está sugiriendo e imponiendo como única forma de tener trabajo. Emprender un negocio se ha hecho una de pocas formas de reducir las altas tasas de desempleo.

Emprender un negocio a partir de una idea siempre ha sido una forma de crear empresas, crear autoempleo, emplear a otros y generar bienestar económico para la sociedad.

Todos somos emprendedores en potencia. Todos emprendemos actividades a partir de una idea, propia (emprendedor propiamente dicho) o para otros, para empresarios si somos asalariados. Pero no todos VALEMOS PARA EMPRENDER UN NEGOCIO y mucho menos sin prepararse para ello.

Sí que TODOS VALEMOS PARA FORMARNOS EN ELLO y tomar una decisión con conocimiento de causa y con los mínimos errores de partida.

Endeudarse, perder patrimonio y terminar debiendo dinero a familiares, amigos, conocidos y a entidades financieras, con la carga añadida de un sentimiento de fracaso, se hace difícil de llevar, de superarlo, y por tanto hay que evitarlo a toda costa.

Hoy en día la burbuja emprendedora empieza a avisar, siendo la mortalidad empresarial superior a las nuevas START UP creadas. Una de las causas que lo motiva es la falta de preparación del emprendedor.

Modalidad

Modalidad e-learning.

El curso se impartirá integralmente vía Internet en la Plataforma de Formación (<https://www.ingenierosformacion.com>).

Carga lectiva

70 horas

Duración

5 semanas

Fechas

| Apertura matrícula | Cierre matrícula | Comienzo curso | Fin de curso |
|---------------------|----------------------|----------------------|--------------------------|
| 26 de Julio de 2018 | 22 de Agosto de 2018 | 20 de Agosto de 2018 | 23 de Septiembre de 2018 |

Precio

Reseña del cálculo de precios

Precio base: 280€

A este precio base se le podrán aplicar los siguientes descuentos y/o el incremento por Formación Bonificada (ver más abajo en el apartado "Formación Bonificada"):

| Descuentos exclusivos para Colegiados | |
|--|--|
| Descuento | Descripción |
| Colegiados y Precolegiados: descuento de 140€ | Este descuento del 50% se aplica a todos los Colegiados y precolegiados en cualquiera de los colegios pertenecientes a una entidad adherida y miembros de AERRAITI, siempre que contraten el curso a título individual. |
| Programa de Becas para Colegiados: descuento de 210€ | Todos aquellos Colegiados de Colegios de graduados en ingeniería rama industrial e ingenieros técnicos industriales que estén adheridos a la plataforma o miembros de AERRAITI, podrán acogerse al mismo si cumplen las <u>condiciones del programa de becas</u> , teniendo un 25% de descuento adicional acumulado con el descuento para Colegiados, totalizando un 75% de descuento. Los cursos de Inglés y Alemán, "Mediación para Ingenieros" y "El Sistema Judicial en España" no entran dentro del Programa de Becas. Asimismo, las becas son incompatibles con las promociones especiales. |
| Acreditación DPC: descuento de 7€ | Aquellos colegiados que dispongan de la acreditación DPC en vigor de cualquier nivel, se les aplicará un 5% adicional de descuento sobre el coste de la matrícula del curso. NOTA: Este descuento no es acumulable con el descuento del Programa de Becas. |

— Descuentos para empresas

Aquellas empresas que deseen beneficiarse de descuentos para los cursos de sus trabajadores podrán firmar **sin coste alguno** el convenio de colaboración con COGITI. Dicho convenio proporciona un **descuento de 70€ (25% sobre el precio base)** para alumnos de la empresa que no sean Colegiados, y **de 140€ (50% sobre el precio base) para los alumnos que sean Colegiados**.

Estos descuentos son exclusivos para empleados de empresas y no son compatibles con los descuentos descritos en los apartados anteriores.

Las empresas de la **Asociación Tecniberia** disfrutan de forma implícita de este convenio.

Formación Bonificada

Este curso no es bonificable.

Mínimo de alumnos

Para que la acción formativa pueda llevarse a cabo se necesitará un número mínimo de **4** alumnos.

La matrícula se cerrará cuando se hayan alcanzado un número de **50** alumnos.

Nivel de profundidad

Nivel de profundidad 2

(Partiendo de la base de que todos los cursos están dirigidos a un perfil mínimo de Ingeniero, se valorará el curso que presenta con niveles de 1 a 3 de forma que el 1 significará que el curso es de carácter básico, 2 el curso es de carácter medio y 3 el curso es de carácter avanzado.)

Perfil de Destinatarios

No es necesario tener ninguna formación específica para acceder al curso, pero las acciones formativas que componen nuestra plataforma están orientadas a la formación continua de los Ingenieros Técnicos Industriales o Graduados en Ingeniería Rama Industrial o en general cualquier ingeniero por lo que es recomendable poseer cualquiera de estas titulaciones para completar con éxito el curso.

Perfil de destinatarios: Técnicos, profesionales, estudiantes y cualquier otra persona en edad laboral, que quiera tener conocimientos sobre emprendimiento, planes de empresa y / o que esté pensando en auto emplearse creando un negocio o empresa.

Requisitos Previos Necesarios: Sin requisitos técnicos previos requeridos. Sí con un nivel básico de formación general.

Requisitos Previos Recomendables: Espíritu y mente emprendedora, que quiera formarse antes de emprender una idea de negocio.

Un paso tan importante en nuestra vida, quizás uno de los más importantes en nuestra vida laboral, debe iniciarse y hacerse con conocimiento generalizado de todas las facetas y áreas de una empresa.

Al mundo del emprendimiento está llegando gente que no debería, o que no debería hacerlo sin antes estar preparado, sin tener conocimientos de lo que representa montar una empresa.

¿A quién va dirigido?

- A técnicos y estudiantes en general, que quieran conocer las bases de lo que es un plan de empresa y de lo que representa el autoempleo.
- A técnicos y emprendedores potenciales en particular, que teniendo una idea requieran desarrollarla con conocimientos para obtener las máximas garantías de éxito en la ejecución de su empresa.

Justificación

Actualmente el autoempleo se está sugiriendo e imponiendo como única forma de tener trabajo. Emprender un negocio se ha hecho una de pocas formas de reducir las altas tasas de desempleo.

Emprender un negocio a partir de una idea siempre ha sido una forma de crear empresas, crear autoempleo, emplear a otros y generar bienestar económico para la sociedad.

Todos somos emprendedores en potencia. Todos emprendemos actividades a partir de una idea, propia (emprendedor propiamente dicho) o para otros, para empresarios si somos asalariados. Pero no todos VALEMOS PARA EMPRENDER UN NEGOCIO y mucho menos sin prepararse para ello.

Sí que TODOS VALEMOS PARA FORMARNOS EN ELLO y tomar una decisión con conocimiento de causa y con los mínimos errores de partida.

Endeudarse, perder patrimonio y terminar debiendo dinero a familiares, amigos, conocidos y a entidades financieras, con la carga añadida de un sentimiento de fracaso, se hace difícil de llevar, de superarlo, y por tanto hay que evitarlo a toda costa.

Hoy en día la burbuja emprendedora empieza a avisar, siendo la mortalidad empresarial superior a las nuevas START UP creadas. Una de las causas que lo motiva es la falta de preparación del emprendedor.

Objetivos

El objetivo principal del curso va dirigido a que el emprendedor vea cómo se desarrolla un PLAN DE EMPRESA para planificar, evaluar y controlar todos los aspectos más importantes del negocio, desde la idea inicial, hasta la puesta en marcha de la empresa.

Otros objetivos son:

- Dar una visión general a lo que representa el autoempleo, con sus ventajas y desventajas
- Dar a conocer los planteamientos previos antes de montar el negocio: inversiones, localización, factores claves de éxito y de fracaso, y errores de partida inicial
- Ayudar al emprendedor a realizar un plan de marketing y comercialización analizando el mercado de sus productos o servicios, a pensar en sus precios de venta incluyendo los factores que van a incidir en ellos, en los canales de distribución, estrategias de promociones, y otros elementos que marcaran su plan de ventas.

- A realizar un plan económico financiero ajustado a su plan de producción y de operaciones
- A recordar que tanto la nuevas tecnologías, como el I + D + i deben estar presentes en su nueva empresa, así como pensar desde un inicio que deberá tener presente la calidad, el medio ambiente y la prevención de riesgos laborales en su empresa.
- A cómo debe presentar su proyecto de negocio o su empresa a su entono.
- Y en resumen planificar su negocio con una base documental, EL PLAN DE EMPRESA, llamado en ocasiones PLAN DE NEGOCIO, que planifique todos los aspectos de su futura empresa

Contenido

1. EL AUTOEMPLEO

- 1.1. UNA BUENA OPCIÓN PARA DESARROLLARSE PROFESIONALMENTE
- 1.2. VENTAJAS DEL AUTOEMPLEO
- 1.3. DESVENTAJAS DEL AUTOEMPLEO

2. LEAN CANVAS

- 2.1. CANVAS. LIENZO DE NEGOCIO
- 2.2. LA METODOLOGÍA LEAN START UP
- 2.3. DIFERENCIAS ENTRE EL BUSINESS Y EL LEAN CANVAS
 - 2.3.1. DIFERENCIAS CONCEPTUALES
 - 2.3.2. DIFERENCIAS EN LOS GRUPOS DE BLOQUES
 - 2.3.3. DIFERENCIAS EN LOS BLOQUES
 - 2.3.4. DIFERENCIAS EN EL ORDEN A RELLENAR
- 2.4. ¿CÓMO SE USA EL LEAN CANVAS?
- 2.5. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL LEAN CANVAS
 - 2.5.1. VENTAJAS
 - 2.5.2. DESVENTAJAS
- 2.6. CONCLUSIÓN
- 2.7. TABLERO LEAN CANVAS
- 2.8. EJEMPLO

3. LOS 9 BLOQUES LEAN CANVAS. CONCEPTOS

- 3.1. PROBLEMAS Y NECESIDADES
 - 3.1.1. ¿De verdad los clientes no saben lo que quieren?
 - 3.1.2. Entonces... ¿cómo podemos comprender realmente al cliente?
 - 3.1.3. Preguntas clave
- 3.2. SEGMENTOS DEL MERCADO. TARGET Y EARLY ADAPTERS
 - 3.2.1. Preguntas clave
- 3.3. ÚNICA PROPUESTA DE VALOR.
- 3.4. SOLUCIONES
- 3.5. VENTAJAS ESPECIALES Y DIFERENCIALES.
- 3.6. FUENTES DE INGRESO.
 - 3.6.1. La recurrencia
 - 3.6.2. ¿Qué opciones hay para crear un modelo de negocios recurrente?
 - 3.6.3. ¿Cómo vas a ganar dinero en tu Start-up? ¿Cuál es tu modelo de margen y recurrencia?
 - 3.6.4. ¿Modelos de negocio de volumen o de margen?
 - 3.6.5. Implicaciones del margen en tu modelo
 - 3.6.6. La recurrencia, el factor clave
 - 3.6.7. CONCLUSIONES
- 3.7. ESTRUCTURA DE COSTOS
- 3.8. MÉTRICAS
- 3.9. CANALES
 - 3.9.1. CANAL WEB
 - 3.9.2. CANAL FÍSICO

4. PLAN DE EMPRESA. INTRODUCCIÓN

- 4.1. HERRAMIENTA IMPRESCINDIBLE PARA EL ÉXITO DE TU EMPRESA
- 4.2. ¿QUÉ ES UN PLAN DE EMPRESA?
- 4.3. EL PLAN DE EMPRESA ANTES DE INVERTIR

5. PLANTEAMIENTOS PREVIOS

- 5.1. INTRODUCCIÓN
- 5.2. LA UBICACIÓN DE LA EMPRESA
 - 5.2.1. Un factor decisivo para el éxito de tu negocio
 - 5.2.2. Localización en una población
 - 5.2.3. Elección del barrio o zona
 - 5.2.4. La ubicación más adecuada
- 5.3. FACTORES CLAVES DE ÉXITO Y RIESGOS DE FRACASO
 - 5.3.1. Analízalo todo antes de crear tu empresa
 - 5.3.2. Factores Claves del Entorno
 - 5.3.3. Factores Claves de Éxito del Sector
- 5.4. FACTORES DE ÉXITO Y FRACASOS PERSONALES

6. ESTUDIO DEL MERCADO

- 6.1. INTRODUCCIÓN
- 6.2. ¿REALMENTE NECESITO UN ESTUDIO DE MERCADO?
 - 6.2.1. Investiga con fundamento
 - 6.2.2. Define una meta
 - 6.2.3. ¿Qué tipo de investigación?
 - 6.2.4. Fuentes de información
- 6.3. DONDE BUSCAR LA INFORMACIÓN
- 6.4. ESTUDIO DEL MERCADO
 - 6.4.1. Segmentos de Mercado de la Empresa. Perfil del Consumidor
- 6.5. PÚBLICO OBJETIVO

- 6.5.1. Necesidades del Cliente
- 6.5.2. Tipos de Consumidores
- 6.5.3. Motivaciones de Compra del Cliente
- 6.5.4. Proceso de Compra del Cliente
- 6.5.5. Comportamiento y Conducta del Cliente en la Compra
- 6.5.6. Atributos en la Compra
- 6.6. EL CLIENTE ACTUAL Y EL DEL FUTURO
 - 6.6.1. Empatía e innovación
- 6.7. DEMANDA POTENCIAL Y TENDENCIAS
 - 6.7.1. Demanda Potencial
 - 6.7.2. Tendencias de la Demanda
 - 6.7.3. Estacionalidad de la Demanda
- 6.8. CADA HERRAMIENTA SIRVE PARA UN OBJETIVO
- 6.9. ¿QUIÉN ES MI PÚBLICO?
- 6.10. TU PROPIA INVESTIGACIÓN ANTES DE EMPRENDER
 - 6.10.1. Analiza al consumidor
- 6.11. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA
 - 6.11.1. Competencia Directa
 - 6.11.2. Competencia Indirecta y Productos Sustitutivos
 - 6.11.3. Competencia Potencial y Barreras de Entrada
- 6.12. QUÉ DEBES TESTAR PARA SABER SI TE LANZAS...
 - 6.12.1. Grado de relevancia
 - 6.12.2. Grado de innovación
 - 6.12.3. Oportunidad por precio
 - 6.12.4. ¿Cómo investigar el precio?
 - 6.12.5. ¿Qué puedes investigar?
- 6.13. ANÁLISIS DE LOS PROVEEDORES
 - 6.13.1. Introducción
 - 6.13.2. Identificar y Clasificación de los Proveedores
 - 6.13.3. Criterios de Selección y Evaluación de Proveedores
 - 6.13.4. Política de Compras
 - 6.13.5. Almacenes de Materias Primas
 - 6.13.6. Plazo de Pago a Proveedores
- 6.14. PREPARA BIEN EL TRABAJO DE CAMPO
 - 6.14.1. Llegar a nuevos clientes
 - 6.14.2. Aumentar las ventas
- 6.15. DEFINE TUS VARIABLES DE SEGMENTACIÓN
- 6.16. CUÁNTAS ENCUESTAS NECESITAS
- 6.17. ESCOGE BIEN LAS HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN
 - 6.17.1. Encuestas
 - 6.17.2. ¿Cómo llego a mi potencial cliente?
 - 6.17.3. Estudios omnibus
 - 6.17.4. Investigaciones en redes sociales
 - 6.17.5. Reuniones de grupo
 - 6.17.6. Observación directa
 - 6.17.7. Entrevista a un experto
- 6.18. DISEÑA BIEN TU FORMULARIO
 - 6.18.1. Tu objetivo
 - 6.18.2. Las formas
 - 6.18.3. Preguntas clave
 - 6.18.4. Extensión
- 6.19. PANELES DE COMPRA Y CONSUMO
- 6.20. MISTERY SHOPPING
- 6.21. NECESITO APOYO DE PROFESIONALES
 - 6.21.1. Otra idea
 - 6.21.2. Herramientas gratuitas
 - 6.21.3. Empresas de investigación
- 6.22. ANÁLISIS DAFO
 - 6.22.1. Oportunidades del Sector
 - 6.22.2. Amenazas del Sector
 - 6.22.3. Puntos Fuertes de la Empresa
 - 6.22.4. Puntos Débiles de la Empresa
- 6.23. ESTRATEGIAS
- 6.24. CAME
- 6.25. TENDENCIAS
- 6.26. LEAN CANVAS

7. PLAN DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

- 7.1. INTRODUCCIÓN
- 7.2. POLÍTICA DE PRODUCTO O SERVICIO
 - 7.2.1. Comparación del Producto/Servicio con la Oferta Existente
 - 7.2.2. Garantía y Asistencia Técnica
 - 7.2.3. Ventaja Competitiva
 - 7.2.4. Tecnología: Patentes y Marcas
 - 7.2.5. Productos y Servicios Futuros
- 7.3. POLÍTICA DE PRECIOS
 - 7.3.1. Criterios de Fijación de Precios
 - 7.3.2. Estrategias de Fijación de Precios
 - 7.3.3. Plazo de Cobro a Clientes
- 7.4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN
 - 7.4.1. Clasificación:
 - 7.4.2. Listado de Distribuidores
 - 7.4.3. Política de Distribución
 - 7.4.4. Red de Ventas: Política de Motivación e Incentivos para los Comerciales
 - 7.4.5. Servicio a los clientes: Sistemas de evaluación de los canales de distribución
 - 7.4.6. Medios de almacenamiento y transporte
 - 7.4.7. Comercio Exterior
- 7.5. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

- 7.5.1. Imagen corporativa. Marca Corporativa.
- 7.5.2. Mensaje o Eslogan de la Empresa
- 7.5.3. Marcas de Productos o Servicios
- 7.5.4. Rótulos del Establecimiento
- 7.5.5. Estrategia de Comunicación
- 7.5.6. Canales de Comunicación
- 7.5.7. Acciones de Promoción
- 7.6. PLAN DE VENTAS
 - 7.6.1. Objetivos de Mercado
 - 7.6.2. Política de la Fuerza de Venta (Comerciales)
 - 7.6.3. Técnicas de Merchandising
 - 7.6.4. Escaparatismo
- 7.7. MARKETING DIGITAL. ERRORES
 - 7.7.1. Introducción
 - 7.7.2. Errores a evitar
- 7.8. TENDENCIAS Y FUTURO DEL ECOMMERCE
 - 7.8.1. VELOCIDAD
 - 7.8.2. SOBRE LA MARCHA
 - 7.8.3. UN SOLO MARKETPLACE
 - 7.8.4. DEEP LEARNING
 - 7.8.5. REALIDAD VIRTUAL Y AUMENTADA
- 7.9. CRECIMIENTO E INTERNACIONALIZACIÓN

8. PLAN DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES

- 8.1. INTRODUCCIÓN
- 8.2. INFRAESTRUCTURAS E INSTALACIONES
 - 8.2.1. Instalaciones Físicas (Ubicación, Tamaño, Distribución, Venta /Alquiler)
 - 8.2.2. Ubicación
 - 8.2.2.1. Tamaño
 - 8.2.2.2. Distribución
 - 8.2.2.3. Compra/Alquiler
 - 8.2.2.4. Características del Local
 - 8.2.3. Equipamiento (Maquinaria, Transporte, Mobiliario, etc.)
 - 8.2.3.1. Tecnología (Hardware, Software, Otras Tecnologías Clave)
 - 8.2.3.2. Necesidades de Mantenimiento
 - 8.2.4. PROCESO DE FABRICACIÓN / PRESTACIÓN DEL SERVICIO
 - 8.2.4.1. Estrategia de Producción y Operaciones
 - 8.2.4.2. Descripción del Proceso
 - 8.2.4.3. Planificación de la Actividad: Programa de Producción
 - 8.2.4.4. Recursos Necesarios (Materias Primas/Auxiliares y Energía)
 - 8.2.4.5. Costes de Producción
 - 8.2.4.6. Control de Calidad
 - 8.2.4.7. Medidas de Seguridad / Prevención de Riesgos Laborales
 - 8.2.4.8. Factores Medioambientales
- 8.3. APROVISIONAMIENTO Y LOGÍSTICA
 - 8.3.1. La Política de Compras
 - 8.3.2. Parámetros de Aprovisionamiento (Distancia, Coste, Plazo de Entrega)
 - 8.3.3. Programa de Compras y Aprovisionamientos
 - 8.3.4. Política de Gestión de Stocks

9. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

- 9.1. INTRODUCCIÓN
 - 9.1.1. Estudio de viabilidad
- 9.2. INVERSIÓN
- 9.3. FINANCIACIÓN
 - 9.3.1. Recursos Propios
 - 9.3.1.1. Financiación propia
 - 9.3.2. Recursos Ajenos
 - 9.3.2.1. Financiación ajena
- 9.4. PREVISIÓN DE INGRESOS
 - 9.4.1. Introducción
 - 9.4.2. Ventas de Producto o Servicios
 - 9.4.3. Estacionalidad de las Ventas
 - 9.4.4. Forma de Cobro a Clientes
 - 9.4.5. Ingresos Financieros
 - 9.4.6. Otros Ingresos
- 9.5. PREVISIÓN DE COMPRAS DE MERCADERÍAS / MATERIAS PRIMAS
 - 9.5.1. Compras
 - 9.5.2. Otras compras y aprovisionamientos necesarios para el desarrollo de la actividad
 - 9.5.3. Forma de Pago a Proveedores
- 9.6. PREVISIÓN DE GASTOS
 - 9.6.1. Gastos Generales
- 9.7. CUENTA DE RESULTADOS
 - 9.7.1. ¿Qué es?
 - 9.7.2. ¿Para qué sirve?
- 9.8. TESORERÍA
 - 9.8.1. ¿Qué es?
 - 9.8.2. ¿Para qué sirve?
- 9.9. BALANCE
 - 9.9.1. ¿Qué es?
 - 9.9.2. Elementos de activo
 - 9.9.3. ¿Para qué sirve?

10. PLAN RECURSOS HUMANOS

- 10.1. INTRODUCCIÓN
- 10.2. ORGANIGRAMA
 - 10.2.1. Áreas / Departamentos / Categorías profesionales

- 10.2.1.1. Funciones, Tareas y Responsabilidades
 - 10.2.1.2. Nivel de Conocimientos Técnicos
 - 10.2.1.3. Importancia de las Actividades
 - 10.2.1.4. Dimensión y Estructura de la Plantilla
- 10.3. EQUIPO DIRECTIVO
 - 10.3.1. Habilidades Directivas
 - 10.3.2. Dirigir
 - 10.3.3. Toma de decisiones
 - 10.3.4. Gestión del tiempo
 - 10.3.5. Delegación
 - 10.3.6. Liderazgo
 - 10.3.7. Trabajo en equipo
 - 10.3.8. Reuniones productivas
 - 10.3.9. El aspecto humano de la empresa
 - 10.3.9.1. Interrelaciones y conflictos
 - 10.3.9.2. Motivación
 - 10.3.9.3. Comunicación
 - 10.3.9.4. Perfiles / Puestos Requeridos
- 10.4. EQUIPO HUMANO EFICAZ
 - 10.4.1. Un impulsor
 - 10.4.2. Un creativo
 - 10.4.3. Un observador
 - 10.4.4. Un profesional disciplinado
 - 10.4.5. Un cohesionador
 - 10.4.6. Un investigador
 - 10.4.7. Un perfeccionista
- 10.5. POLÍTICA DE RETRIBUCIÓN
- 10.6. POLÍTICAS DE RR.HH.
 - 10.6.1. Plan de Contratación
 - 10.6.2. Políticas de Selección
 - 10.6.3. Políticas de Motivación
 - 10.6.4. Políticas de Formación
 - 10.6.5. Plan de Externalización de Funciones
 - 10.6.6. La prevención de riesgos laborales

11. FORMAS JURÍDICAS Y TRÁMITES

- 11.1. INTRODUCCIÓN
- 11.2. LA ELECCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA
- 11.3. LAS DISTINTAS FORMAS JURÍDICAS
- 11.4. SOCIEDAD RESPONSABILIDAD LIMITADA (S.L.)
 - 11.4.1. Ventajas
 - 11.4.2. Inconvenientes
- 11.5. SOCIEDAD COOPERATIVA (S.C.C.L.)
 - 11.5.1. Ventajas
 - 11.5.2. Inconvenientes
- 11.6. PERSONA FÍSICA
 - 11.6.1. Ventajas
 - 11.6.2. Inconvenientes
- 11.7. SOCIEDAD CIVIL PRIVADA (S.C.P.)
 - 11.7.1. Ventajas
 - 11.7.2. Inconvenientes
- 11.8. LAS FORMAS JURÍDICAS. RESUMEN DE SUS CARACTERÍSTICAS
 - 11.8.1. PERSONA JURÍDICA
- 11.9. TRÁMITES
- 11.10. DATOS DE IDENTIFICACIÓN
- 11.11. CALENDARIO DE EJECUCIÓN
- 11.12. INVERSIONES Y GASTOS: HITOS
- 11.13. PLANIFICACIÓN DEL PUNTO CERO

12. FISCALIDAD

- 12.1. INTRODUCCIÓN
- 12.2. IMPUESTO SOBRE EL BENEFICIO
- 12.3. IRPF
 - 12.3.1. IRPF – Estimación Directa Normal
 - 12.3.2. IRPF - Estimación Directa Simplificada
 - 12.3.3. IRPF – Estimación Objetiva
- 12.4. IS - IMPUESTO DE SOCIEDADES
 - 12.4.1. Requisitos Impuesto de Sociedades
 - 12.4.2. Base y tipos
- 12.5. IVA - IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO
 - 12.5.1. Impuesto Valor Añadido (IVA.). Régimen General
 - 12.5.2. Recargo Equivalencia. Características
- 12.6. RETENCIONES Y OPERACIONES CON TERCEROS
 - 12.6.1. IRPF - Retenciones e ingresos a cuenta sobre el rendimiento del trabajo y actividades económicas
 - 12.6.2. IRPF - Retenciones e ingresos a cuenta sobre el arrendamiento de bienes inmuebles
 - 12.6.3. 347 - Declaración anual de operaciones con terceros

13. TECNOLOGÍA, INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES

- 13.1. INTRODUCCIÓN
- 13.2. MEDIOS
- 13.3. HARDWARE
- 13.4. SOFTWARE
- 13.5. PRONÓSTICOS PARA LAS TIC: LA ERA DE LA INTEGRACIÓN
- 13.6. CONSTRUYENDO LA ERA DE LA INTEGRACIÓN
 - 13.6.1. Bienvenidos a la Era de la Integración.
- 13.7. LA ERA DE LA INTERNET DE LAS COSAS
- 13.8. INMERSOS EN UN NUEVO MUNDO

- 13.9. PREPARÁNDONOS PARA EL FUTURO
- 13.10. COSTES PUBLICITARIOS EN INTERNET
- 13.11. CPA (Coste por Acción)
- 13.12. CPC (Coste por Click)
- 13.13. CPM (Coste por Mil Impresiones)

14. INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN

- 14.1. INTRODUCCIÓN
- 14.2. INNOVACIÓN
- 14.3. PROPIEDAD INDUSTRIAL
 - 14.3.1. Trámites

15. CALIDAD, MEDIO AMBIENTE Y PRL

- 15.1. INTRODUCCIÓN
- 15.2. CALIDAD
- 15.3. MEDIO AMBIENTE
- 15.4. LA PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES
- 15.5. CERTIFICADOS PARA CONQUISTAR CLIENTES
 - 15.5.1. Elegir el más adecuado
 - 15.5.2. Diseñar el plan
 - 15.5.3. Implantación
 - 15.5.4. Certificación
 - 15.5.5. Renovación
- 15.6. EJEMPLOS
 - 15.6.1. Triselecta
 - 15.6.2. S2 Grupo
- 15.7. ¿QUÉ VENTAJAS APORTA?
 - 15.7.1. Comerciales
 - 15.7.2. Imagen
 - 15.7.3. Producción

16. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

- 16.1. DATOS DE LOS PROMOTORES
- 16.2. DATOS DE LA EMPRESA
- 16.3. ACTIVIDAD DE LA EMPRESA
 - 16.3.1. Descripción del Negocio
 - 16.3.2. Objetivos que se desean conseguir
 - 16.3.3. Descripción de la Actividad de la Empresa
 - 16.3.4. Líneas de Negocio/Productos/Servicios

17. FINANCIACIÓN DE LAS START UP

- 17.1. INTRODUCCIÓN
- 17.2. INTERÉS INTERNACIONAL

18. GUÍA DEL EMPRENDEDOR

- 18.1. ETAPA INICIAL. DEFINICIÓN Y OBJETIVOS
- 18.2. PRIMERA ETAPA. ANÁLISIS DE PRE VIABILIDAD
- 18.3. SEGUNDA ETAPA. PLANIFICACIÓN
- 18.4. TERCERA ETAPA. TRATAMIENTO DE CORRECCIÓN Y MEJORAS
- 18.5. CUARTA ETAPA. VIABILIDAD DEL PROYECTO
- 18.6. ETAPA FINAL. MONTAR LA EMPRESA

19. DATOS PARA EL ESTUDIO DE PREVIABILIDAD

- 19.1. INTRODUCCIÓN
- 19.2. DATOS DE ESTUDIO DE PREVIABILIDAD
- 20.0.2. El método tradicional
- 20.0.3. El método Start Up

20. METODOLOGÍA START UP VS NEGOCIO TRADICIONAL

- 20.0.1. INTRODUCCIÓN
- 20.1. FUNDAMENTOS DE LA METODOLOGÍA START UP
- 20.2. PROCESO EMPRENDIMIENTO START UP
- 20.3. PROCESO EMPRESARIAL DE UNA START UP

21. SÍNTESIS DEL EMPRENDIMIENTO CON ÉXITO

- 21.1. PERFIL DEL EMPRENDEDOR
- 21.2. IDEA
- 21.3. HERRAMIENTAS DEL EMPRENDEDOR
- 21.4. ETAPAS DEL EMPRENDIMIENTO
- 21.5. HERRAMIENTAS DEL NEGOCIO
- 21.6. PRODUCTO EXITOSO
- 21.7. SERVICIO EXITOSO

22. GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING

- 22.1. INTRODUCCIÓN
- 22.2. SEGMENTACIÓN DE MERCADO. CONCEPTO Y ENFOQUE
 - 22.2.1. Pasos clave para encontrar tu segmento de mercado
 - 22.2.2. Preguntas para segmentar un mercado
 - 22.2.3. Segmentación del marketing digital
- 22.3. PLAN DE MÁRKETING
- 22.4. DESARROLLO. ETAPAS
- 22.5. POLÍTICA EMPRESARIAL
- 22.6. OBJETIVOS EMPRESARIALES

- 22.7. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA
- 22.8. ANÁLISIS DEL ENTORNO. ANÁLISIS EXTERNO
 - 22.8.1. Macro entorno
 - 22.8.2. Micro entorno
- 22.9. ANÁLISIS INTERNO
- 22.10. ANÁLISIS DAFO
- 22.11. CAME. OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS
- 22.12. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS GENÉRICAS DE PORTER
- 22.13. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN Y CONTROL DE LAS ESTRATEGIAS
 - 22.13.1. Matriz estratégica de Mckingsey
 - 22.13.2. Matriz Ansoff
 - 22.13.3. Matriz BCG

Desarrollo

El curso se desarrollará en el campus virtual de la plataforma de formación e-learning. (<https://www.ingenierosformacion.com/campus/>)

El día de inicio del curso los alumnos que hayan formalizado la prematrícula en la plataforma (www.ingenierosformacion.com) y hayan hecho efectivo el pago de la misma (bien por pasarela de pago, con tarjeta, directamente en el momento de la matriculación o bien por transferencia o ingreso bancario en el número de cuenta que se indica en la misma), podrán acceder al curso por medio de la plataforma, con las claves que utilizaron para registrarse como usuarios. Desde su perfil en "Mis Matrículas" podrán ver el enlace de acceso al curso.

Al ser la formación e-learning, los alumnos seguirán los distintos temas que se proponen en el curso al ritmo que ellos puedan, y en las horas que mejor se adapten a su horario.

NO se exigirá a los alumnos que estén las horas lectivas propuestas para el curso, aunque el número de horas lectivas indicado en cada curso es el recomendable para alcanzar los objetivos del curso y la adquisición de los conocimientos previstos, cada alumno va siguiendo a su ritmo los contenidos, de igual forma NO se cortará el acceso a la plataforma a aquellos alumnos que superen las horas propuestas para el curso. Sí se tendrá en cuenta que el alumno haya visto todos los contenidos o al menos la gran mayoría (más del 75 %) de los mismos durante el periodo que dura el curso, así como realizado con éxito las tareas o ejercicios, trabajos que se le vayan proponiendo durante el curso.

El alumno, además de ir estudiando los contenidos de los distintos temas, podrá participar en el foro del curso dejando sus dudas o sugerencias o intercambiando opiniones técnicas con otros alumnos, así como respondiendo aquellas que hayan dejado otros compañeros. Asimismo podrá hacer las consultas que estime oportunas al tutor del curso para que se las responda a través de la herramienta de mensajería que posee la plataforma y preferentemente en el mismo foro. Recomendamos encarecidamente el uso del foro por parte de todos los alumnos.

Para la obtención del certificado de aprovechamiento del curso el alumno tendrá que superar los objetivos mínimos marcados por el docente (superación de cuestionarios de evaluación, casos prácticos, participación, etc...).

De igual forma, los alumnos, deberán realizar la encuesta de satisfacción que nos ayudará en la mejora de la calidad de las acciones formativas que proponemos en la plataforma de formación. La encuesta estará accesible en el apartado "Mis matrículas" en la plataforma, a partir de la finalización del curso.

Matrícula

Para ampliar información mandar mail a secretaria@ingenierosformacion.com o llamando por teléfono al número 985 73 28 91.

Formación Bonificada

Este curso no es bonificable.