Plan de Marketing para Pequeñas Empresas

SKU	62028
Modalidad	100% Online Asincrónica
Duración	80 horas
Dirigido a	emprendedores, vendedores, ejecutivos comerciales y profesionales de marketing y atención de clientes.

Este curso entrega una formación aplicada en **Plan de Marketing para Pequeñas Empresas**, considerando el contexto profesional y normativo chileno. El programa permite comprender fundamentos, aplicar procedimientos, analizar situaciones habituales y fortalecer la toma de decisiones mediante criterios de calidad, trazabilidad y mejora continua.

Unidad 1: Fundamentos de gestión

- Comprensión de conceptos y objetivos asociados a Plan de Marketing para Pequeñas Empresas dentro de una organización.
- Identificación de procesos, recursos y responsabilidades que influyen en los resultados.
- Reconocimiento de riesgos y oportunidades relevantes para la gestión empresarial.

Unidad 2: Planificación y ejecución

- Organización de actividades, recursos, plazos y responsables según objetivos definidos.
- Aplicación de herramientas y procedimientos para ejecutar tareas de manera consistente.
- Uso de registros e información para mantener trazabilidad de decisiones y resultados.

Unidad 3: Análisis y control

- Selección de indicadores adecuados para evaluar desempeño y cumplimiento.
- Interpretación de resultados para detectar causas, brechas y oportunidades de mejora.
- Definición de acciones correctivas y prioridades basadas en evidencia.

Unidad 4: Aplicación y mejora continua

- Resolución de casos empresariales mediante criterios de análisis y toma de decisiones.
- Uso de herramientas digitales para mejorar productividad y calidad de la gestión.
- Elaboración de planes de mejora con metas, responsables y mecanismos de seguimiento.

Metodología

Estudio autónomo mediante lecturas guiadas, análisis de casos, ejercicios de aplicación, actividades prácticas, cuestionarios por unidad y evaluación final.

Recursos Didácticos

Manual de estudio, guías de trabajo, glosario técnico, fichas de apoyo, material descargable y casos prácticos relacionados con la temática del curso.

Evaluación

Cuestionarios, actividades de aplicación, resolución de casos prácticos y una evaluación final integradora.

Competencias de Egreso

- Comprender los fundamentos y procesos relacionados con Plan de Marketing para Pequeñas Empresas.
- Aplicar procedimientos y herramientas de forma ordenada y consistente.
- Identificar riesgos, errores y oportunidades de mejora en situaciones habituales.
- Gestionar información y decisiones con criterios de calidad y trazabilidad.