



## **Organización de las Actividades de Floristería**

## Organización de las Actividades de Floristería

**Duración:** 60 horas

**Precio:** euros

**Modalidad:** e-learning

### Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un acceso a una plataforma de teleformación de última generación con un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

### Requisitos previos:

No hay requisitos previos ni profesionales ni formativos

### Salidas profesionales:

Esta formación está encaminada a obtener una mejor cualificación y competencia profesional.

## Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licenciados/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadores/as sociales etc...

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

- Por el aula virtual, si su curso es on line
- Por e-mail
- Por teléfono

## Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.

## Titulación:

Al finalizar el curso obtendrás un certificado de realización y aprovechamiento del curso según el siguiente modelo:



## Programa del curso:

1. MÓDULO 1. ORGANIZACIÓN Y SUPERVISIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE FLORISTERÍA

### UNIDAD FORMATIVA 1. PROGRAMACIÓN Y COORDINACIÓN DE LA COMPRA, LOGÍSTICA, PRODUCCIÓN Y SERVICIOS DE FLORISTERÍA

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. APROVISIONAMIENTOS, COMPRAS Y CONTRATACIÓN DE SERVICIOS

1. Realización de pedidos comerciales.
2. Materiales, materias primas y productos de floristería.
3. Funcionamiento de los mercados de flores y plantas (internacionales, nacionales y locales).
4. Canales de distribución y aprovisionamiento:
5. - Empresas productoras.
6. - Empresas intermediarias.
7. - Grupos y centrales de compra.
8. Ferias y eventos de compra:
9. - Tipos de ferias (internacionales, nacionales, locales).
10. - Aprovechamiento.
11. - Rentabilidad.
12. Técnicas de compra y negociación de precios.
13. Sistemas de pago y financiación de compras (letra de cambio, pagaré, cheque, entre otros).
14. Históricos de compra, venta y curvas de demanda.
15. Servicios externos asociados a la actividad:

16. - Tipos de servicios externos (gestión contable, servicio de reparto, transmisión floral, entre otros).
17. - Gestión de servicios externos.
18. - Tipos de contratos de servicios
19. Programación de compras.
20. Programación de la contratación de servicios externos.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. ALMACENAJE, REPOSICIÓN DE EXISTENCIAS Y CONTROL DE STOCKS**

1. Almacenaje de productos, materias primas y materiales:
2. - Técnicas de protección y conservación de los insumos.
3. - Organización y distribución de departamentos (taller, almacén, entre otros).
4. Manejo de stocks:
5. - Tipos de stocks (stock mínimo o de seguridad, stock de temporada, entre otros).
6. - Funciones
7. Programas informáticos de control de stocks.
8. Tipos de inventarios.
9. Métodos de valoración de existencias (método LIFO, método FIFO, entre otros).
10. Cálculo de existencias y sistemas de reposición simple.
11. Evaluación de inventarios.
12. Interpretación y manejo de históricos de compra, venta y curvas de demanda.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN**

1. Organización del trabajo en fechas señaladas:
2. - Festivos y otras fechas especiales (San Valentín, Día de la madre, Día de todos los santos, entre otros).
3. - Materiales específicos.
4. - Distribución del espacio de trabajo.
5. - Servicios asociados (servicio de reparto, transmisión de flor, entre otros).
6. Programación de los procesos de producción:
7. - Previsión de las necesidades de producción (personal, medios, espacio de trabajo, entre otros).
8. - Optimización de los recursos disponibles.
9. - Temporalización de la producción.
10. - Elaboración de formularios y hojas de trabajo.
11. Programación y supervisión de los encargos o trabajos solicitados:
12. - Análisis de las características del trabajo.
13. - Asignación del encargo al departamento o personal correspondiente.
14. - Supervisión del encargo antes de su expedición.
15. - Programación de la ruta de reparto.
16. Servicio de mantenimiento de plantas a domicilio:
17. - Documentos relacionados con el mantenimiento de plantas (control de albaranes, hojas de trabajo, entre otros).
18. - Contratos de mantenimiento de plantas (requisitos y características).
19. - Programación y planificación del servicio de mantenimiento de plantas (personal, materiales, productos, entre otros).
20. - Supervisión de los trabajos de mantenimiento.
21. Control de Calidad:
22. - Sistemas de control de calidad del producto y servicio prestado.
23. - Aplicación de la Norma UNE 175001-5.

### **UNIDAD FORMATIVA 2. ORGANIZACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS EN**

## **FLORISTERÍA**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIGRAMA DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR DE FLORISTERÍA**

1. Departamentos de una empresa de floristería:
2. - Departamento de Compras.
3. - Departamento de Ventas.
4. - Departamento de Recursos Humanos.
5. - Taller de floristería.
6. - Departamento de Mantenimiento de plantas.
7. - Almacenes.
8. - Otros departamentos.
9. Puestos de trabajo y tareas asociadas.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. NORMATIVA RELATIVA A LOS RECURSOS HUMANOS**

1. Convenio Colectivo del sector de floristería:
2. - Tipos de contratos laborales (jornada de trabajo, duración, entre otros).
3. - Categorías profesionales del sector.
4. - Derechos y obligaciones laborales (faltas y sanciones).
5. - Sistema retributivo (tablas salariales, incentivos, entre otros).
6. - Vacaciones, permisos y licencias.
7. Estatuto de los Trabajadores.
8. Legislación complementaria:
9. - Prevención de riesgos laborales.
10. - Protección medioambiental.

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. SISTEMAS Y MÉTODOS DE OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS HUMANOS**

1. Distribución de la jornada, vacaciones y permisos.
2. Elaboración de calendarios laborales.
3. Organización y coordinación del personal:
4. - Previsión del personal necesario.
5. - Cualificación del personal.
6. - Distribución de tareas.
7. - Elaboración de cronogramas de trabajo.

### **UNIDAD FORMATIVA 3. PROGRAMACIÓN DE ACCIONES PROMOCIONALES EN FLORISTERÍA**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. SISTEMAS Y TÉCNICAS DE PROMOCIÓN COMERCIAL**



1. Mercados de flor y planta: estadísticas de consumo.
2. Planificación de promociones comerciales:
3. - Objetivos.
4. - Soportes.
5. - Imagen corporativa.
6. - Aspectos legales.
7. - Materiales promocionales.
8. - Momentos, épocas y temporadas.
9. - Otros aspectos a tener en cuenta.
10. Instrumentos promocionales:
11. - Concursos y sorteos.
12. - Cupones descuento.
13. - Ofertas.
14. - Regalos.
15. - Otros instrumentos.
16. Evaluación de campañas promocionales.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. MEDIOS PUBLICITARIOS Y PROMOCIONALES**

1. Campañas promocionales:
2. - Objetivos.
3. - Estrategia.
4. - Productos.
5. - Presupuesto.
6. Medios publicitarios:
7. - Tipos de medios.
8. - Ventajas e inconvenientes.
9. Servicios externos (agencias de publicidad, diseño gráfico, entre otros).
10. Técnicas de merchandising en la empresa:
11. - Packing.
12. - Distribución de los espacios.
13. - Presentación de los productos.
14. - Otras técnicas.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. EXPOSICIÓN DE PRODUCTOS EN ESCAPARATES Y ZONAS DE VENTA**

1. Temáticas para escaparates:
2. - Fechas especiales.
3. - Temporadas.
4. - Modas y tendencias.
5. - Otras temáticas.
6. Diseño de la ambientación de escaparates:
7. - Color.
8. - Textura.
9. - Sentido de circulación de los clientes.
10. - Flujo de público.
11. Técnicas de iluminación.
12. Planificación y programación de los trabajos de ambientación.
13. Elección de los elementos y productos a exponer.
14. Realización del diseño de un escaparate, programación de los trabajos y ejecución de los mismos.

---

15. Evaluación del resultado comercial del escaparate.