

MF1482_3 ORGANIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE FLORISTERÍA (ONLINE)



250,00 € - 350,00 €

Este curso se ajusta a lo expuesto en el itinerario de aprendizaje perteneciente al Módulo Formativo MF1482_3 Organización de las actividades de floristería, regulado en el Real Decreto 1519/2011, de 31 de octubre, que permitirá al alumnado adquirir las competencias profesionales necesarias para organizar las actividades de floristería.

Categorías: [Agraria](#) |

INFORMACIÓN

Duración	110 h
Modalidad	Online
Docencia	TUTOR PERSONAL
Prácticas	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS
Método de pago	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
Centro de empleo	AGENCIA DE COLOCACIÓN

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

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.