GUÍA DEL MÁSTER



MÁSTER DE ACTIVIDADES DE FLORISTERÍA

SEFY134

CUM LAUDE

CECAP

SEFHOR
Sociedad Española de Formación

SEFHOR
Sociedad Española de Formación



A DISTANCIA - ONLINE

Tutor personal

600 Horas

Posibilidad **Estancias Formativas**

Pago a plazos

De ~~2380€~~ a **595€**

Metodología

En SEFHOR – Sociedad Española de Formación apostamos por un método de estudio alternativo a la metodología tradicional. En nuestra escuela de negocios es el propio alumno el encargado de organizar y establecer su plan de estudio. Este sistema le permitirá conciliar su vida laboral y familiar con la proyección de su carrera profesional.

Tutor

A lo largo de la titulación, el alumno contará con un tutor que le ofrecerá atención personalizada y un seguimiento constante de sus estudios. El estudiante siempre podrá acudir a su tutor vía correo electrónico para resolver cualquier tipo de duda, ya sea sobre el material formativo, la planificación de los estudios o referente a gestiones y trámites académicos.

Certificación

Una vez el alumno haya finalizado la formación y superado con éxito las pruebas finales, el estudiante recibirá un diploma expedido por SEFHOR – Sociedad Española de Formación que certifica que ha cursado el "**MÁSTER DE ACTIVIDADES DE FLORISTERÍA**". El título está avalado por nuestra condición de socios de la Confederación Española de Empresas de Formación (CECAP). Además, nuestra institución educativa cuenta con el Sello Cum Laude de Emagister, distinción que nos condece el portal líder en formación gracias a las opiniones de nuestros estudiantes.

Modalidad de estudio

La titulación puede cursarse en modalidad **ONLINE**. Una vez realizada la matrícula, el alumno recibirá un e-mail de bienvenida de su tutor con las claves de acceso al campus virtual. En él, el estudiante encontrará el material didáctico necesario para realizar la formación y tendrá distintas pruebas de autoevaluación que le ayudarán a prepararse para el examen final. Dentro del plazo de un año desde el momento de su matrícula, el estudiante podrá elegir la fecha para presentarse al examen.

La titulación puede cursarse en modalidad **A DISTANCIA**. Una vez realizada la matrícula, el tutor le enviará un e-mail de bienvenida al alumno, y por otro lado, el estudiante recibirá el material formativo a su domicilio en un plazo de 6-8 días. En él encontrará distintas pruebas de autoevaluación que le ayudarán a prepararse para el examen final. Dentro del plazo de un año desde el momento de su matrícula, el estudiante podrá elegir la fecha para presentarse al examen. El alumno deberá mandar el examen final por correo electrónico a su tutor.

TEMARIO

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:
    - Empresas productoras.
    - Empresas intermediarias.
    - Grupos y centrales de compra.
5. Ferias y eventos de compra:
    - Tipos de ferias (internacionales, nacionales, locales).
    - Aprovechamiento.
    - Rentabilidad.
6. Técnicas de compra y negociación de precios.
7. Sistemas de pago y financiación de compras (letra de cambio, pagaré, cheque, entre otros).
8. Históricos de compra, venta y curvas de demanda.
9. Servicios externos asociados a la actividad:
    - Tipos de servicios externos (gestión contable, servicio de reparto, transmisión floral, entre otros).
    - Gestión de servicios externos.
    - Tipos de contratos de servicios
10. Programación de compras.
11. 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:
    - Técnicas de protección y conservación de los insumos.
    - Organización y distribución de departamentos (taller, almacén, entre otros).
2. Manejo de stocks:
    - Tipos de stocks (stock mínimo o de seguridad, stock de temporada, entre otros).
    - Funciones
3. Programas informáticos de control de stocks.
4. Tipos de inventarios.
5. Métodos de valoración de existencias (método LIFO, método FIFO, entre otros).
6. Cálculo de existencias y sistemas de reposición simple.
7. Evaluación de inventarios.
8. 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:
    - Festivos y otras fechas especiales (San Valentín, Día de la madre, Día de todos los santos, entre otros).
    - Materiales específicos.
    - Distribución del espacio de trabajo.
    - Servicios asociados (servicio de reparto, transmisión de flor, entre otros).
2. Programación de los procesos de producción:
    - Previsión de las necesidades de producción (personal, medios, espacio de trabajo, entre otros).
    - Optimización de los recursos disponibles.

- Temporalización de la producción.
- Elaboración de formularios y hojas de trabajo.

3. Programación y supervisión de los encargos o trabajos solicitados:
   - Análisis de las características del trabajo.
   - Asignación del encargo al departamento o personal correspondiente.
   - Supervisión del encargo antes de su expedición.
   - Programación de la ruta de reparto.
4. Servicio de mantenimiento de plantas a domicilio:
   - Documentos relacionados con el mantenimiento de plantas (control de albaranes, hojas de trabajo, entre otros).
   - Contratos de mantenimiento de plantas (requisitos y características).
   - Programación y planificación del servicio de mantenimiento de plantas (personal, materiales, productos, entre otros).
   - Supervisión de los trabajos de mantenimiento.
5. Control de Calidad:
   - Sistemas de control de calidad del producto y servicio prestado.
   - Aplicación de la Norma UNE 175001-

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:
   - Departamento de Compras.
   - Departamento de Ventas.
   - Departamento de Recursos Humanos.
   - Taller de floristería.
   - Departamento de Mantenimiento de plantas.
   - Almacenes.
   - Otros departamentos.
2. Puestos de trabajo y tareas asociadas.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. NORMATIVA RELATIVA A LOS RECURSOS HUMANOS

1. Convenio Colectivo del sector de floristería:
   - Tipos de contratos laborales (jornada de trabajo, duración, entre otros).
   - Categorías profesionales del sector.
   - Derechos y obligaciones laborales (faltas y sanciones).
   - Sistema retributivo (tablas salariales, incentivos, entre otros).
   - Vacaciones, permisos y licencias.
2. Estatuto de los Trabajadores.
3. Legislación complementaria:
   - Prevención de riesgos laborales.
   - 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:
   - Previsión del personal necesario.
   - Cualificación del personal.
   - Distribución de tareas.
   - 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:
   - Objetivos.
   - Soportes.
   - Imagen corporativa.
   - Aspectos legales.
   - Materiales promocionales.
   - Momentos, épocas y temporadas.
   - Otros aspectos a tener en cuenta.
3. Instrumentos promocionales:

- Concursos y sorteos.
- Cupones descuento.
- Ofertas.
- Regalos.
- Otros instrumentos.

4. Evaluación de campañas promocionales.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MEDIOS PUBLICITARIOS Y PROMOCIONALES

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

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

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