



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

UF0279 Evaluación de la Viabilidad Económica de Nuevos Productos y Servicios de Floristería

Modalidad de realización del curso: [A distancia y Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

Este curso se ajusta a lo expuesto en el itinerario de aprendizaje perteneciente a la Unidad Formativa UF0279 Evaluación de la viabilidad económica de nuevos productos y servicios de floristería, incluida en el Módulo Formativo MF1483_3 Diseño de composiciones y ornamentaciones de arte floral, regulada en el Real Decreto 1519/2011, de 31 de Octubre, que permita al alumnado adquirir las competencias profesionales necesarias para programar y dirigir las actividades propias de empresas de floristería, así como diseñar, realizar y valorar composiciones innovadoras y ornamentaciones especiales con flores y plantas, además de supervisar los trabajos de ornamentación.

CONTENIDOS

UNIDAD FORMATIVA 1. EVALUACIÓN DE LA VIABILIDAD ECONÓMICA DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE FLORISTERÍA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. IMPLANTACIÓN EN EL MERCADO DE NUEVOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

1. Fases de implantación en el mercado:
2. - Elección del segmento del mercado
3. - Selección del canal de distribución
4. - Cálculo del precio final del producto

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

1. Análisis del impacto del producto en el mercado
2. Segmentación del mercado:
3. - Criterios de segmentación
4. - Bases de datos de clientes
5. - Métodos de valoración económica:
6. - Tipos de costes (materias primas y materiales, mano de obra, gastos generales, coste financiero, impuestos, entre otros)
7. - Cálculo de costes (costes fijos y variables)
8. - Margen de rentabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESENTACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

1. Técnicas de exposición de productos y promoción de nuevos servicios:
2. - Escaparate
3. - Canales de difusión (radio, prensa escrita, televisión, buzoneo, entre otros)
4. - Nuevas tecnologías (e-mail, Web, entre otros)
5. Fases para la organización de demostraciones públicas:
6. - Elección de la ubicación
7. - Determinación de la logística necesaria
8. - Selección de los asistentes o tipo de público
9. - Valoración económica de la demostración
10. Análisis del impacto del nuevo producto y/o servicio en el mercado:
11. - Medios para la recogida de información (cuestionarios, encuestas, entrevistas, entre otros)
12. - Estudio de la información recogida

13. - Determinación de la viabilidad del producto y/o servicio a partir de la información recabada
14. - Modificación de los productos y/o servicios en función del análisis realizado
15. Planificación y organización de una demostración pública con fines comerciales o promocionales
16. Evaluación de la viabilidad de un producto y/o servicio en el mercado en base a los resultados obtenidos tras su presentación



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es