

MF1483_3 DISEÑO DE COMPOSICIONES Y ORNAMENTACIONES DE ARTE FLORAL

SKU: EVOL-3514-INO-B | Categorías: [AGRICULTURA, GANADERÍA, JARDINERÍA Y FLORISTERÍA](#), [Floristería](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [180](#)

Acreditado por Universidad [NO](#)

Créditos ECTS

Más información

[CONTENIDO ADAPTADO A CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

En el ámbito del mundo de agraria, es necesario conocer los diferentes campos del arte floral y gestión de las actividades de floristería, dentro del área profesional de jardinería. Así, con el presente curso se pretende aportar los conocimientos necesarios para el diseño de composiciones y ornamentaciones de arte floral.

Contenidos

UNIDAD FORMATIVA 1. CREACIÓN DE DISEÑOS DE COMPOSICIONES Y ORNAMENTACIONES DE ARTE FLORAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. HISTORIA DEL ARTE Y LAS ARTES DECORATIVAS

1. Estilos artísticos: desde la Prehistoria hasta el Arte Contemporáneo.
2. Composiciones florales a lo largo de la Historia: desde los griegos hasta la actualidad.
3. Modas y tendencias en arte floral y su aplicación.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE DISEÑO APLICADAS EN COMPOSICIONES Y ORNAMENTACIONES DE ARTE FLORAL

1. Técnicas para la elaboración de bocetos:
2. - Dibujo gráfico (escalas, tipos de planos, vistas más utilizadas).
3. - Dibujo artístico (lápiz, plumilla, acuarela, entre otros).
4. Criterios utilizados en el diseño de bocetos:
5. - Utilización del color
6. - Formas de composición.



7. - Espacio, perspectiva y profundidad.
8. - Simetría y asimetría.
9. - Proporción.
10. - Equilibrio, movimiento y ritmo.
11. - Acento, énfasis y punto de luz.
12. Útiles para la elaboración de bocetos:
13. - Dibujo a mano alzada.
14. - Nuevas tecnologías.
15. Actividades plásticas en arte floral:
16. - Materias primas (barro, metal, madera, entre otros).
17. - Herramientas.
18. - Técnicas.
19. - Tecnologías.
20. Confección de bocetos de estructuras y soportes convencionales e innovadores (florales y no florales) según :
21. - Estilo de composición.
22. - Funcionalidad.
23. - Técnicas de sujeción.
24. Elaboración de bocetos a mano en base a:
25. - Estilo histórico.
26. - Estilo arquitectónico.
27. - Características de un espacio definido.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ELABORACIÓN DE PROTOTIPOS O MODELOS DE COMPOSICIONES FLORALES

1. Interpretar el boceto analizando todas las partes y características de la composición.
2. Seleccionar las materias primas y materiales necesarios, atendiendo a su idoneidad cualitativa, cuantitativa, estética y funcionalidad.
3. Elegir los soportes, recipientes, bases o estructuras a utilizar.
4. Construir el prototipo o modelo de composición atendiendo al boceto.
5. Aplicar las medidas de prevención de riesgos laborales y protección ambiental establecidas.

UNIDAD FORMATIVA 2. 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.

UNIDAD FORMATIVA 3. ESTABLECIMIENTO DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE UNA FLORISTERÍA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DEFINICIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE UNA FLORISTERÍA

1. Conceptos asociados a la imagen corporativa (color, uniformidad, estilo, entre otros).
2. Medios para la difusión de la imagen corporativa (logotipos, cartelería, sellos, entre otros).
3. Elementos de diseño de los procesos productivos:
4. - Estilo.
5. - Terminación del producto.
6. - Elementos decorativos.
7. - Modo de entrega.
8. Creación de una imagen corporativa para una floristería:
9. - Análisis de las características de la empresa.
10. - Elección del estilo.
11. - Selección de los medios de difusión.
12. - Implantación de la imagen corporativa.
13. - Evaluación del resultado.



UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTEGRACIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA

1. Formas de integración de la imagen corporativa:
2. - Diseño de composiciones.
3. - Presentación de escaparates.
4. - Vehículos de reparto.
5. - Otras formas de integración.
6. Métodos de transmisión al personal de los criterios de estilo:
7. - Importancia de la imagen corporativa.
8. - Integración del personal en la imagen corporativa.
9. - Identificación del personal con los productos y/o servicios.
10. - Motivación e implicación del personal.

