UF0283 PROGRAMACIÓN DE ACCIONES PROMOCIONALES EN FLORISTERÍA

SKU: EVOL-3056-iNO-B | **Categorías:** AGRICULTURA, GANADERÍA, JARDINERIA Y FLORISTERIA, Floristeria

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas	30
Acreditado por Universidad	NO
Más información	CONTENIDO ADAPTADO A CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Objetivos

En el ámbito de la agraria, es necesario conocer los diferentes campos del arte floral y gestión de las actividades de floristería, dentro del área profesional jardinería. Así, con el presente curso se pretende aportar los conocimientos necesarios para la programación de acciones promocionales en floristería.

Contenidos

UNIDAD FORMATIVA 1. 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.