Evaluación de la viabilidad económica de nuevos productos y servicios de floristería (60 horas)



Categoría: Agraria

Página del curso: https://www.ensenanzadual.com/cursos/evaluacion-de-la-viabilidad-economica-de-nuevos-productos-y-servicios-de-floristeria-60-horas/

Objetivo

Con el **Curso** de 60 horas de **Evaluación de la viabilidad económica de nuevos productos y servicios de floristería** adquirirás los conocimientos necesarios para evaluar la viabilidad económica de nuevos productos y servicios de floristería, teniendo en cuenta los márgenes de rentabilidad y su recepción en el mercado.

Descripción

UNIDAD DIDÁCTICA 1. IMPLANTACIÓN EN EL MERCADO DE NUEVOS PRODUCTOS

Y/O SERVICIOS

Fases de implantación en el mercado:

- Elección del segmento del mercado. - Selección del canal de distribución. - Cálculo del precio final del producto.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

- Análisis del impacto del producto en el mercado.

Segmentación del mercado:

- Criterios de segmentación. - Bases de datos de clientes.

Métodos de valoración económica:

- Tipos de costes (materias primas y materiales, mano de obra, gastos generales, coste financiero, impuestos, entre otros). - Cálculo de costes (costes fijos y variables). - Margen de rentabilidad.

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

Técnicas de exposición de productos y promoción de nuevos servicios:

- Escaparate. - Canales de difusión (radio, prensa escrita, televisión, buzoneo, entre otros). - Nuevas tecnologías (e-mail, web, entre otros).

Fases para la organización de demostraciones públicas:

- Elección de la ubicación. - Determinación de la logística necesaria. - Selección de los asistentes o tipo de público. - Valoración económica de la demostración.

Análisis del impacto del nuevo producto y/o servicio en el mercado:

- Medios para la recogida de información (cuestionarios, encuestas, entrevistas, entre otros). - Estudio de la información recogida. - Determinación de la viabilidad del producto y/o servicio a partir de la información recabada. - Modificación de los productos y/o servicios en función del análisis realizado. - Planificación y organización de una demostración pública con fines comerciales o promocionales. - Evaluación de la viabilidad de un producto y/o servicio en el

mercado en base a los resultados obtenidos tras su presentación.

Información adicional

- Online: Si
- Horas: 60
- Tipo: Profesiones
- Unidades: 3