Programa Avançado

Marketing e Gestão de Negócios na Indústria de Alimentos

tech universidade tecnológica

tech universidade tecnológica

Programa Avançado
Marketing e Gestão de Negócios na Indústria de Alimentos

- Modalidade: **online**
- Duração: **6 meses**
- Certificado: **TECH Universidade Tecnológica**
- Dedicação: **16 horas/semana**
- Horário: **no seu próprio ritmo**
- Provas: **online**

Acesso ao site: **www.techtitute.com/br/nutricao/programa-avancado/programa-avancado-marketing-gestao-negocios-industria-alimentos**

Índice

01
Apresentação
pág. 4

02
Objetivos
pág. 8

03
Direção do curso
pág. 12

04
Estrutura e conteúdo
pág. 16

05
Metodologia
pág. 22

06
Certificado
pág. 30

01

Apresentação

A indústria de alimentos ganhou peso nas últimas décadas graças às estratégias de marketing que conseguiram criar, por meio das emoções, a necessidade de consumir produtos com maior ou menor valor nutricional. Novas tecnologias de comunicação e informação, embalagens inovadoras e conceitos de vendas continuam a revolucionar o setor. Diante desse cenário de transformação, o profissional de nutrição precisa estar ciente dos últimos desenvolvimentos nesse campo para a gestão adequada das empresas de alimentos. É por isso que essa instituição acadêmica criou um programa 100% online,que permite que o especialista aprenda sobre os novos desenvolvimentos no comportamento do consumidor, o desenvolvimento de novos processos, bem como as últimas tendências em testes de produtos. Tudo isso além do conteúdo multimídia desenvolvido por uma equipe de ensino especializada.

Esse Programa Avançado fornece a você as informações mais recentes sobre marketing aplicado ao setor de alimentos. Tenha acesso a ele, quando e onde você quiser"

Vídeos de alimentos postados no YouTube, promoção de produtos por meio de influenciadores nas mídias sociais, combinados com técnicas tradicionais de vendas, estão atualmente entre as tendências de marketing na indústria alimentos. No entanto, a inovação e o aprimoramento dos sabores,das texturas e da qualidade do alimento em si continuam a ser um fator fundamental para o sucesso do setor.

Um campo em constante transformação que, por sua vez, busca lançar novos produtos com propriedades que favoreçam a saúde das pessoas. Diante desse cenário não há dúvida de que o profissional de nutrição deve estar ciente de todos os novos desenvolvimentos para criar o plano nutricional mais adequado para seus pacientes ou para assessorar empresas do setor. É por isso que a TECH concebeu este Programa Avançado de Marketing e Gestão de Negócios na Indústria Alimentar, que o levará, durante 6 meses, a aprofundar as novidades dos métodos de pesquisa de mercado, técnicas de controle e otimização de processos e produtos, ou a influência da publicidade na decisão de compra.

Tudo isso será possível graças às ferramentas pedagógicas que compõem este programa, que permitirão que você estude o comportamento do consumidor em relação aos alimentos, o uso do mix de marketing ou as melhores estratégias de precificação de uma forma muito mais dinâmica e visual. Os estudos de caso fornecidos pelos especialistas que ministram esse curso o aproximarão de situações que serão de grande utilidade e aplicação direta em sua prática diária.

Portanto, essa instituição acadêmica oferece uma excelente oportunidade de atualizar seus conhecimentos convenientemente, quando e onde quiser. O aluno somente precisará de um dispositivo eletrônico com conexão à internet, permitindo visualizar, a qualquer momento, o conteúdo didático hospedado na plataforma virtual. Além disso, você tem a opção de distribuir a carga docente de acordo com suas necessidades, permitindo conciliar um curso universitário com as responsabilidades mais exigentes.

Este **Programa Avançado de Marketing e Gestão de Negócios na Indústria de Alimentos** conta com o conteúdo científico mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Tecnologia de Alimentos
- O conteúdo gráfico, esquemático e extremamente útil fornece informações científicas e práticas sobre aquelas disciplinas indispensáveis para o exercício da profissão
- Exercícios práticos onde o processo de autoavaliação é realizado para melhorar a aprendizagem
- Destaque especial para as metodologias inovadoras
- Lições teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet

"Um programa flexível que apresentará a você os mais recentes desenvolvimentos em branding de alimentos"

Esta capacitação oferece estudos de caso, que lhe darão conhecimento em primeira mão de situações reais e bem-sucedidas em Marketing e Gestão de Negócios na Indústria de Alimentos"

Esta é uma opção acadêmica que permitirá que você se aprofunde confortavelmente nas mais recentes estratégias eficazes de distribuição de alimentos.

A TECH pensa em você. É por isso que ela criou uma Programa Avançado que é compatível com seu trabalho como nutricionista e suas responsabilidades pessoais.

O corpo docente do curso conta com profissionais do setor, que transferem toda a experiência adquirida ao longo de suas carreiras para esta capacitação, além de especialistas reconhecidos de instituições de referência e universidades de prestígio.

O conteúdo multimídia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, permitirá ao profissional uma aprendizagem contextualizada, ou seja, realizada através de um ambiente simulado, proporcionando uma capacitação imersiva e programada para praticar diante de situações reais.

A estrutura deste programa se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas, onde o profissional deverá tentar resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem ao longo do curso acadêmico. Para isso, contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos.

02

Objetivos

Após a conclusão das 450 horas de ensino desse Programa Avançado, o profissional de nutrição terá obtido o conhecimento atualizado que estava procurando no campo de Marketing e Gestão de Negócios na Indústria de Alimentos. Isso será possível graças aos resumos em vídeo de cada tópico, vídeos detalhados, esboços ou leituras especializadas que compõem o plano de estudos, aos quais você terá acesso 24 horas por dia em seu computador ou tablet.

A partir do seu computador com conexão à Internet e sempre que desejar, você pode acessar o conteúdo mais atualizado sobre gestão de negócios bem-sucedida na Indústria de Alimentos"

Objetivos gerais

- Controlar os aspectos matemáticos, estatísticos e econômicos envolvidos nas empresas alimentícias
- Analisar tendências na produção e no consumo de alimentos
- Avaliar e reconhecer a importância sanitária e preventiva dos programas de limpeza, desinfecção, desinsetização e desratização na cadeia de alimentos
- Consultoria científica e técnica sobre gêneros alimentícios e desenvolvimento de gêneros alimentícios

Com esse programa 100% online, você poderá se manter atualizado com as novas abordagens de negócios, graças ao estudo detalhado dos gostos dos consumidores"

Objetivos específicos

Módulo 1. Economia e Empresa Alimentícia

- Compreender o conceito de uma empresa, a estrutura institucional e jurídica e o balanço econômico de uma empresa
- Obter conhecimento para avaliar o risco higiênico-sanitário e toxicológico de um processo, alimento, ingrediente e embalagem, bem como para identificar as possíveis causas de deterioração de alimentos e estabelecer mecanismos de rastreabilidade
- Conhecer as fontes de financiamento, os demonstrativos financeiros e as diferentes áreas funcionais de uma empresa
- Calcular e interpretar os valores obtidos para o Produto Interno Bruto e a Renda Agrícola para aplicações econômicas e de gestão de negócios

Módulo 2. Indústria de Alimentos

- Controlar e otimizar processos e produtos na indústria de alimentos
- Fabricação e preservação de alimentos
- Desenvolvimento de novos processos e produtos
- Conhecer os processos industriais de transformação e preservação de alimentos, bem como as tecnologias de embalagem e armazenamento
- Analisar os sistemas de controle e otimização de processos e produtos aplicados aos principais tipos de indústrias de alimentos.
- Aplicar o conhecimento dos processos de transformação e preservação ao desenvolvimento de novos processos e produtos.

Módulo 3. O marketing e o comportamento do consumidor

- Conhecer e compreender os conceitos, as ferramentas e a lógica do marketing como uma atividade comercial inerente à produção de alimentos
- Aprenda a tomar decisões relacionadas ao marketing de produtos, como encontrar oportunidades de marketing, elaborar estratégias e ações necessárias para comercializar produtos alimentícios com sucesso
- Compreender os procedimentos de análise de mercado e o comportamento do consumidor para assessorar as empresas no desenvolvimento de novos alimentos
- Criação e aplicação de diferentes testes de produtos aplicados a alimentos para prever o comportamento da população-alvo

03

Direção do curso

Este programa acadêmico conta com o corpo docente mais especializado do mercado educacional atual. São especialistas selecionados pela TECH para desenvolver todo o conteúdo. Dessa forma, com base em sua própria experiência e nas mais recentes evidências, eles elaboraram o plano de estudos mais atualizado que oferece garantia de qualidade em um assunto tão relevante.

A TECH lhe oferece o corpo docente mais especializado na área de estudo. Matricule-se agora e desfrute da qualidade que você merece"

Diretora Internacional Convidada

Roberto Buttini é um destacado executivo com mais de 30 anos de experiência no setor alimentício. Particularmente, ele se especializou em áreas como Pesquisa e Desenvolvimento, Processamento de Alimentos, Inovação e Segurança e Higiene. Ao longo de sua carreira, demonstrou um firme compromisso com a melhoria da qualidade dos produtos alimentares, aplicando soluções que beneficiam tanto os consumidores quanto o planeta. Seu trabalho tem se concentrado em garantir a excelência na fabricação de alimentos, impulsionando processos eficientes e sustentáveis que atendem aos mais altos padrões de qualidade.

Por meio de sua trajetória profissional, trabalhou em diversas empresas renomadas, como a Barilla, uma das principais empresas italianas do setor de Nutrição. Nela, ocupou vários cargos executivos, como o de Vice-presidente de Qualidade Global e Segurança Alimentar. Além disso, foi Diretor de Pesquisa, Desenvolvimento e Qualidade na Kamps - Lieken, adquirindo habilidades-chave na gestão de equipes multidisciplinares, estratégias de P&D e na implementação de sistemas de qualidade disruptivos. Também trabalhou como cientista na Enel, onde aprimorou sua capacidade analítica e de pesquisa em contextos tecnológicos complexos.

A nível internacional, ganhou reconhecimento por sua contribuição à indústria alimentícia. Tem sido um referencial no design de estratégias que asseguram produtos em múltiplos mercados globais. Seu trabalho lhe permitiu adquirir prestígio mundial, consolidando sua posição como líder em seu campo. Foi premiado por seu enfoque em sustentabilidade e responsabilidade social empresarial, elevando cada vez mais os padrões.

Além disso, contribuiu para o conhecimento científico com artigos especializados em processamento de alimentos. Seu foco na mudança permitiu que ele estivesse na vanguarda no desenvolvimento de práticas mais seguras, com um impacto significativo na melhoria dos sistemas.

D. Buttini Roberto

- Vice-presidente de Qualidade Global e Segurança Alimentar do Barilla Group, Parma, Itália
- Diretor de Desenvolvimento de Produto - Categorias de Padaria e Bebidas da Europa no Barilla Group
- Diretor de Pesquisa, Desenvolvimento e Qualidade na Kamps – Lieken
- Cientista na Enel
- Especialização em Gestão no Instituto de Diretores Italianos Natale Toffoloni
- Especialização em Tecnologia de Alimentos na Universidade de Parma, Itália
- Licenciatura em Química na Universidade de Parma, Itália

Graças à TECH, você poderá aprender com os melhores profissionais do mundo"

03

Estrutura e conteúdo

O plano de estudos deste Programa Avançado foi elaborado por uma equipe de especialistas da Indústria de Alimentos. Seu amplo conhecimento nesse campo permitirá que o profissional de nutrição se mantenha a par dos últimos desenvolvimentos na gestão de empresas desse setor, bem como das principais técnicas de marketing atualmente em uso. Da mesma forma, para progredir nos três módulos que compõem esse Programa Avançado de forma muito mais ágil, os alunos têm acesso ao sistema *Relearning*, utilizado pela TECH, que também lhes permitirá reduzir as longas horas de estudo.

A TECH coloca à sua disposição recursos multimídia elaborados com as mais recentes ferramentas tecnológicas aplicadas aos cursos acadêmicos"

Módulo 1. Economia e Empresa Alimentícia

1.1. Conceitos básicos de economia
- 1.1.1. A economia e a necessidade de escolha
- 1.1.2. A fronteira de possibilidades de produção e suas aplicações
- 1.1.3. O funcionamento de uma economia de mercado
- 1.1.4. As limitações do sistema de economia de mercado e das economias mistas

1.2. Curvas de oferta e demanda
- 1.2.1. Os atores envolvidos no mercado - demanda e oferta
- 1.2.2. O equilíbrio do mercado
- 1.2.3. Elasticidade e deslocamento das curvas de oferta e demanda

1.3. Aplicações da oferta e da demanda
- 1.3.1. Queda dos preços agrícolas
- 1.3.2. Preços máximos e mínimos
- 1.3.3. Estabelecimento de preços subsidiados ou de apoio
- 1.3.4. Principais sistemas usados para auxiliar os agricultores

1.4. Demanda por produtos
- 1.4.1. Demanda do consumidor e utilidade
- 1.4.2. Demanda de mercado
- 1.4.3. Demanda e o conceito de elasticidade
- 1.4.4. Elasticidade da demanda e renda total
- 1.4.5. Outras elasticidades

1.5. Produção na empresa e custos de produção
- 1.5.1. Produção em curto prazo
- 1.5.2. Produção e longo prazo
- 1.5.3. Custos de curto prazo da empresa
- 1.5.4. Custos a longo prazo e retornos de escala
- 1.5.5. As decisões de produção da empresa e a maximização dos lucros

1.6. Tipologias de mercado
- 1.6.1. Formas de competência
- 1.6.2. Mercados de concorrência perfeita
- 1.6.3. A empresa competitiva e a decisão de produzir
- 1.6.4. Características básicas da concorrência imperfeita
- 1.6.5. Monopólio, oligopólio e concorrência monopolística

1.7. Macromagnitudes econômicas
- 1.7.1. Produto Interno Bruto e Índice Geral de Preços
- 1.7.2. Renda e investimentos públicos
- 1.7.3. Macromagnitudes agrícolas

1.8. Estrutura organizacional da empresa Tipos de empresas
- 1.8.1. Empresario individual (autónomo)
- 1.8.2. Empresa sem personalidade jurídica
- 1.8.3. Empresa com personalidade jurídica
- 1.8.4. Responsabilidade social da empresa
- 1.8.5. Ambiente legal e fiscal

1.9. Áreas funcionais da empresa
- 1.9.1. Financiamento da empresa: empréstimos e fundos próprios
- 1.9.2. Produção na empresa
- 1.9.3. Setor de suprimentos e métodos de gerenciamento de estoque
- 1.9.4. Recursos humanos

1.10. Análise das demonstrações financeiras da empresa
- 1.10.1. Análise patrimonial
- 1.10.2. Análise financeira
- 1.10.3. Análise econômica

Módulo 2. Indústria alimentícia

2.1. Cereais e produtos derivados I
- 2.1.1. Cereais: produção e consumo
  - 2.1.1.1. Classificação dos cereais
  - 2.1.1.2. Estado atual da pesquisa e situação industrial
- 2.1.2. Noções básicas sobre grãos de cereais
  - 2.1.2.1. Métodos e equipamentos para caracterização de farinha e massas de pão
  - 2.1.2.2. Propriedades reológicas durante o preparo, a fermentação e o cozimento
- 2.1.3. Produtos derivados de cereais: Ingredientes, aditivos e adjuvantes. Classificação e efeitos

2.2. Cereais e produtos derivados II
- 2.2.1. Processo de cozimento: etapas, alterações produzidas e equipamentos utilizados
- 2.2.2. Caracterização instrumental, sensorial e nutricional de produtos derivados de cereais

2.2.3. Aplicação de refrigeração em panificação, pães pré-cozidos congelados, processo e qualidade do produto
2.2.4. Produtos sem glúten derivados de cereais Características de formulação, processo e qualidade
2.2.5. Massas alimentares Ingredientes e processo Tipos de massa
2.2.6. Inovação em produtos de panificação. Tendências em design de produto

2.3. Leite e produtos lácteos Ovos e derivados de ovos I
2.3.1. Qualidade higiênico-sanitária do leite
2.3.1.1. Fonte e níveis de contaminação Microbiota inicial e contaminante
2.3.1.2. Presença de contaminantes químicos: resíduos e poluentes
2.3.1.3. Influência da higiene na cadeia de produção e comercialização do leite
2.3.2. Produção de laticínios Síntese do leite
2.3.2.1. Fatores que influenciam a composição do leite: fatores extrínsecos e intrínsecos
2.3.2.2. Ordenha: boas práticas do processo
2.3.3. Pré-tratamento do leite na fazenda: filtragem, refrigeração e métodos alternativos de preservação
2.3.4. Tratamentos na indústria de laticínios: clarificação e bactofugação, desnatação, padronização, homogeneização, desaeração Pasteurização Definição Procedimentos, temperaturas de tratamento e fatores limitantes
2.3.4.1. Tipos de pasteurizadores Embalagem Controle de qualidade Esterilização. Definição
2.3.4.2. Métodos: convencional, UHT, outros sistemas Embalagem Controle de qualidade Defeitos de fabricação
2.3.4.3. Tipos de leite pasteurizado e esterilizado Seleção do leite Smoothies e leites aromatizados Processo de mistura Leites fortificados Processo de enriquecimento
2.3.4.4. Leite evaporado Leite condensado
2.3.5. Sistemas de preservação e embalagem
2.3.6. Controle de qualidade do leite em pó
2.3.7. Embalagem de leite e sistemas de controle de qualidade

2.4. Leite e produtos lácteos Ovos e produtos de ovos I
2.4.1. Produtos lácteos Nata e manteiga
2.4.2. Processo de elaboração Métodos de fabricação contínua Embalagem e preservação Defeitos de fabricação e alteraçõe
2.4.3. Leites fermentados Iogurte Tratamentos de preparação do leite Processos e sistemas de produção
2.4.3.1. Tipos de iogurte Problemas na elaboração Controle de qualidade
2.4.3.2. Produtos orgânicos e outros leites acidófilos
2.4.4. Tecnologia de fabricação de queijos: processamento preparatório do leite
2.4.4.1. Obtenção da coalhada: sinérese. Prensado Salgado
2.4.4.2. Atividade de água no queijo Controle e conservação da salmoura
2.4.4.3. Maturação do queijo: agentes envolvidos. Fatores que determinam a maturação. Efeitos da contaminação da biota
2.4.4.4. Problemas toxicológicos do queijo
2.4.5. Aditivos e tratamentos antifúngicos
2.4.6. Sorvetes Características Tipos de sorvetes Processo de elaboração
2.4.7. Ovos e derivados de ovos
2.4.7.1. Ovo fresco: processamento de ovo fresco como matéria-prima para a produção de derivados de ovos
2.4.7.2. Derivados de ovos: líquidos, congelados e desidratados

2.5. Produtos vegetais I
2.5.1. Fisiologia e tecnologia pós-colheita Introdução
2.5.2. Produção de frutas e vegetais, a necessidade de preservação pós-colheita
2.5.3. Respiração: metabolismo respiratório e sua influência na preservação e deterioração pós-colheita de vegetais
2.5.4. Etileno: síntese e metabolismo Envolvimento do etileno na regulação do amadurecimento de frutas
2.5.5. Amadurecimento dos frutos: O processo de maturação, generalidades e seu controle
2.5.5.1. Amadurecimento climatérico e não climatérico
2.5.5.2. Mudanças na composição: mudanças fisiológicas e bioquímicas durante o amadurecimento e a preservação de frutas e vegetais

2.6. Produtos vegetais II
2.6.1. Princípio de preservação de frutas e vegetais pelo controle de gases ambientais, modo de ação e suas aplicações na preservação de frutas e vegetais
2.6.2. Armazenamento refrigerado Controle de temperatura na preservação de frutas e vegetais
2.6.2.1. Métodos e aplicativos tecnológicos
2.6.2.2. Danos causados pelo frio e seu controle

2.6.3. Transpiração: controle da perda de água na conservação de frutas e vegetais
2.6.3.1. Princípios físicos Sistemas de controle
2.6.4. Patologia pós-colheita: principais deteriorações e podridões durante a conservação de frutas e vegetais Sistemas e métodos de controle
2.6.5. Produtos de corte fresco
2.6.5.1. Fisiologia de produtos vegetais: tecnologias de manuseio e preservação e conservação
2.7. Produtos vegetais III
2.7.1. Produção de vegetais enlatados: Visão geral de uma linha típica de enlatamento de vegetais
2.7.1.1. Exemplos dos principais tipos de vegetais e legumes enlatados
2.7.1.2. Novos produtos de origem vegetal: sopas frias
2.7.1.3. Descrição geral de uma linha típica de embalagem de frutas
2.7.2. Processamento de suco e néctar: extração e processamento de suco
2.7.2.1. Sistemas de processamento, armazenamento e embalagem assépticas
2.7.2.2. Exemplos de linhas de produção dos principais tipos de sucos
2.7.2.3. Produção e preservação de produtos semiacabados: produtos à base de creme
2.7.3. Produção de doces, geléias e compotas: processo de produção e embalagem
2.7.3.1. Exemplos de linhas de processamento características
2.7.3.2. Aditivos usados na fabricação de geléias e marmeladas
2.8. Bebidas alcoólicas e óleos
2.8.1. Bebidas alcoólicas: Vinho - Processo de vinificação
2.8.1.1. Cerveja: processo de fabricação Tipos
2.8.1.2. Destilados e licores: Processos e tipos de fabricação
2.8.2. Óleos e gorduras: Introdução
2.8.2.1. Azeite de oliva: Sistema de extração de azeite de oliva
2.8.2.2. Óleos de sementes oleaginosas. Extração
2.8.3. Gorduras de origem animal: Refino de gorduras e óleos
2.9. Carne e produtos derivados
2.9.1. Indústria de carnes: Produção e consumo
2.9.2. Classificação e propriedades funcionais das proteínas musculares: Proteínas miofibrilares, sarcoplasmáticas e estromais
2.9.2.1. Conversão de músculo em carne: síndrome do estresse suíno
2.9.3. Maturação de carnes. Fatores que afetam a qualidade da carne para consumo direto e industrialização
2.9.4. Química de endurecimento: ingredientes, aditivos e auxiliares de endurecimento
2.9.4.1. Processos de endurecimento industrial: processos de endurecimento seco e úmido
2.9.4.2. Alternativas ao nitrito
2.9.5. Produtos cárneos crus e crus marinados: noções básicas e problemas de preservação Características das matérias-primas
2.9.5.1. Tipos de produtos Operações de fabricação
2.9.5.2. Alterações e defeitos
2.9.6. Embutidos e presuntos cozidos: princípios básicos da preparação de emulsões de carne. Características e seleções das matérias-primas
2.9.6.1. Operações de manufatura tecnológica Sistemas industriais
2.9.6.2. Alterações e defeitos
2.10. Peixes e frutos do mar
2.10.1. Peixes e frutos do mar. Características de interesse tecnológico
2.10.2. Principais equipamentos industriais de pesca e mariscagem
2.10.2.1. Operações unitárias em tecnologia de pescados
2.10.2.2. Conservação de peixes a frio
2.10.3. Salga, decapagem, secagem e defumação: aspectos tecnológicos da fabricação
2.10.3.1. Características do produto final. Performance
2.10.4. Comercialização

Módulo 3. O marketing e o comportamento do consumidor

3.1. Conceito e função do marketing nos negócios
3.1.1. Conceito e natureza do marketing
3.1.2. O processo de marketing
3.1.3. Mercados da empresa
3.1.4. Evolução das abordagens de negócios para o mercado
3.1.5. Evolução e tendências atuais em marketing
3.2. Comportamento do consumidor em relação aos alimentos
3.2.1. Natureza e escopo do estudo do comportamento do consumidor
3.2.2. Fatores que influenciam o comportamento do consumidor
3.2.3. Processo de decisão de compra
3.2.4. O processo de compra organizacional

3.3. Pesquisa de mercado de alimentos
- 3.3.1. Conceito, objetivos e tipos de pesquisa de marketing
- 3.3.2. Fontes de informação em marketing
- 3.3.3. O processo da pesquisa comercial
- 3.3.4. Instrumentos de pesquisa comercial
- 3.3.5. Mercados e clientes: segmentação

3.4. Decisões de marketing relacionadas a alimentos como uma mercadoria comercial
- 3.4.1. Alimentos como mercadoria, características e classificação
- 3.4.2. Decisões sobre gêneros alimentícios
- 3.4.3. Decisões sobre a marca

3.5. Desenvolvimento e comercialização de novos alimentos
- 3.5.1. Estratégias de desenvolvimento de novos produtos
- 3.5.2. Etapas no desenvolvimento de novos produtos
- 3.5.3. Gestão de um novo produto
- 3.5.4. Políticas de marketing no ciclo de vida do produto

3.6. Políticas de administração e preços
- 3.6.1. Preços, abordagem do conceito
- 3.6.2. Métodos de determinação de preços
- 3.6.3. Estratégias de preços para novos produtos
- 3.6.4. Precificação de um mix/portfólio de produtos
- 3.6.5. Estratégias de ajuste de preços

3.7. Comunicação com o mercado
- 3.7.1. O papel das comunicações de marketing
- 3.7.2. Ferramentas de comunicação
- 3.7.3. Desenvolvimento de uma comunicação eficaz
- 3.7.4. Fatores para estabelecer o mix de comunicação

3.8. Distribuição de alimentos
- 3.8.1. Introdução
- 3.8.2. Decisões sobre o projeto do canal
- 3.8.3. Decisões sobre a gestão do canal
- 3.8.4. Integração e sistemas de canais
- 3.8.5. Mudanças na organização do canal

3.9. Processo de decisão do consumidor
- 3.9.1. Características do estímulo e do mercado e sua relação com a escolha do consumidor
  - 3.9.1.1 Decisão de compra extensa, limitada e rotineira
  - 3.9.1.2.Decisões de compra de alto envolvimento e baixo envolvimento
  - 3.9.1.3.A tipologia dos compradores
- 3.9.2. Reconhecimento do problema: conceito e fatores de influência
- 3.9.3. A busca de informações: conceito, tipos, dimensões e determinantes do processo de busca
- 3.9.4. A avaliação de informações: critérios de avaliação e estratégias de avaliação ou regras de decisão
- 3.9.5. Aspectos gerais da escolha da marca
  - 3.9.5.1 A escolha do estabelecimento
  - 3.9.5.2.Processos pós-compra

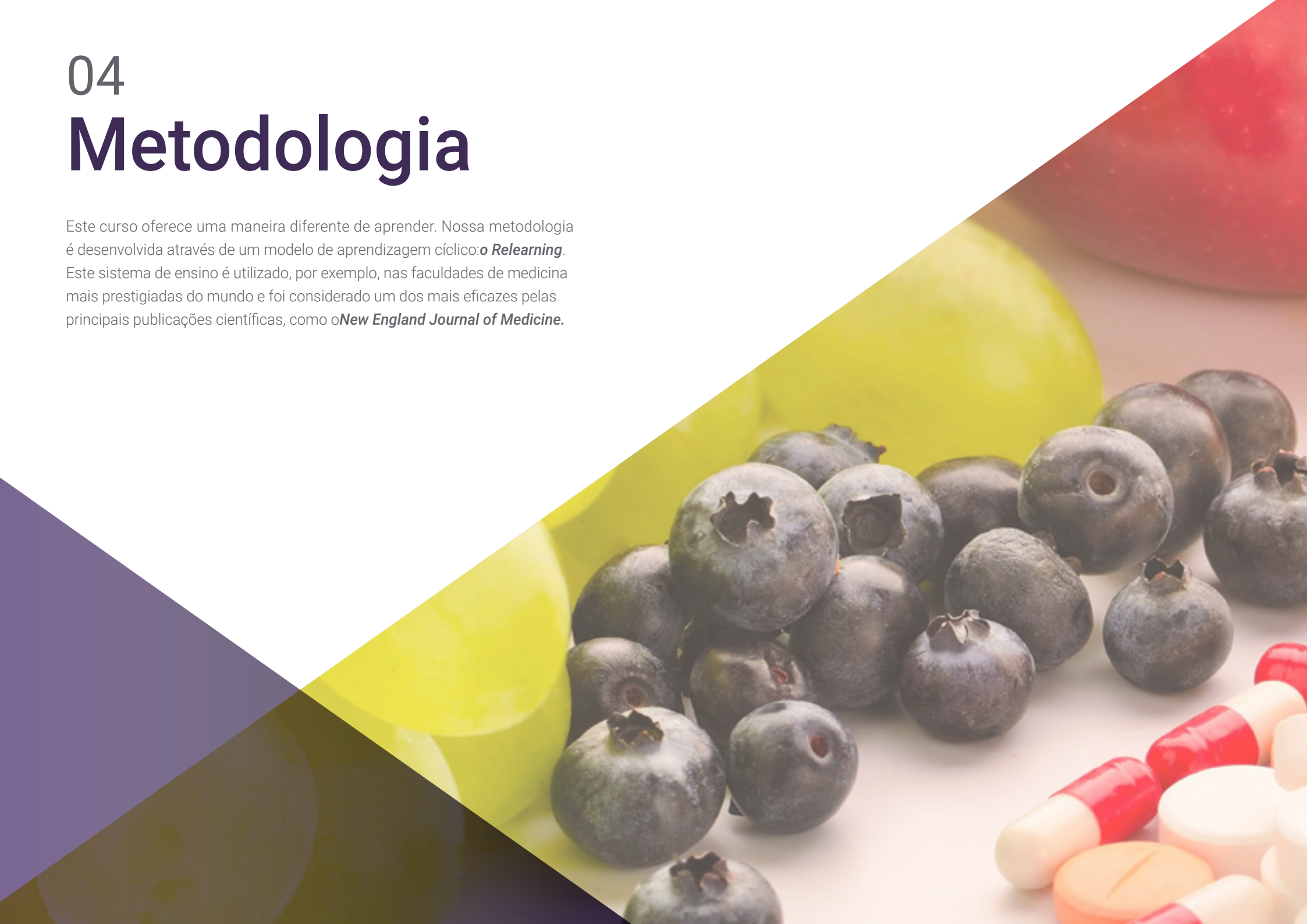
3.10. A dimensão social no processo de compra do consumidor
- 3.10.1. A cultura e sua influência sobre os consumidores: dimensões, conceito, e aspectos característicos da cultura
- 3.10.2. O valor do consumo nas culturas ocidentais
  - 3.10.2.1. Estratos sociais e comportamento do consumidor: conceito, características e procedimentos de medição
  - 3.10.2.2. Estilos de vida
- 3.10.3. Grupos: conceito, características e tipos de grupos
  - 3.10.3.1. A influência da família nas decisões de compra
  - 3.10.3.2. Tipos de decisões de compra da família e fatores que influenciam o processo de decisão da família
  - 3.10.3.3. Ciclo de vida familiar

Este programa apresentará as mais recentes estratégias de marketing de mixagem e inovação de embalagens da indústria alimentícia"

04

Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modelo de aprendizagem cíclico:***o Relearning***. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o***New England Journal of Medicine.***



Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização"

Na TECH usamos o Método do Caso

Em uma determinada situação clínica, o que um profissional deveria fazer? Ao longo deste programa, os alunos irão se deparar com inúmeros casos clínicos simulados, baseados em pacientes reais, onde deverão investigar, estabelecer hipóteses e finalmente resolver as situações. Há inúmeras evidências científicas sobre a eficácia deste método. Os especialistas aprendem melhor, mais rápido e de forma mais sustentável ao longo do tempo.

Com a TECH o nutricionista experimenta uma maneira de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo.

Segundo o Dr. Gérvas, o caso clínico é a apresentação comentada de um paciente, ou grupo de pacientes, que se torna um "caso", um exemplo ou modelo que ilustra algum componente clínico peculiar, seja pelo seu poder de ensino ou pela sua singularidade ou raridade. É essencial que o caso seja fundamentado na vida profissional atual, tentando recriar as condições reais na prática da nutrição profissional.

Você sabia que este método foi desenvolvido em 1912, em Harvard, para alunos de Direito? O método do caso consistia em apresentar situações reais complexas para que os alunos tomassem decisões e justificassem como resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard"

A eficácia do método é justificada por quatro conquistas fundamentais:

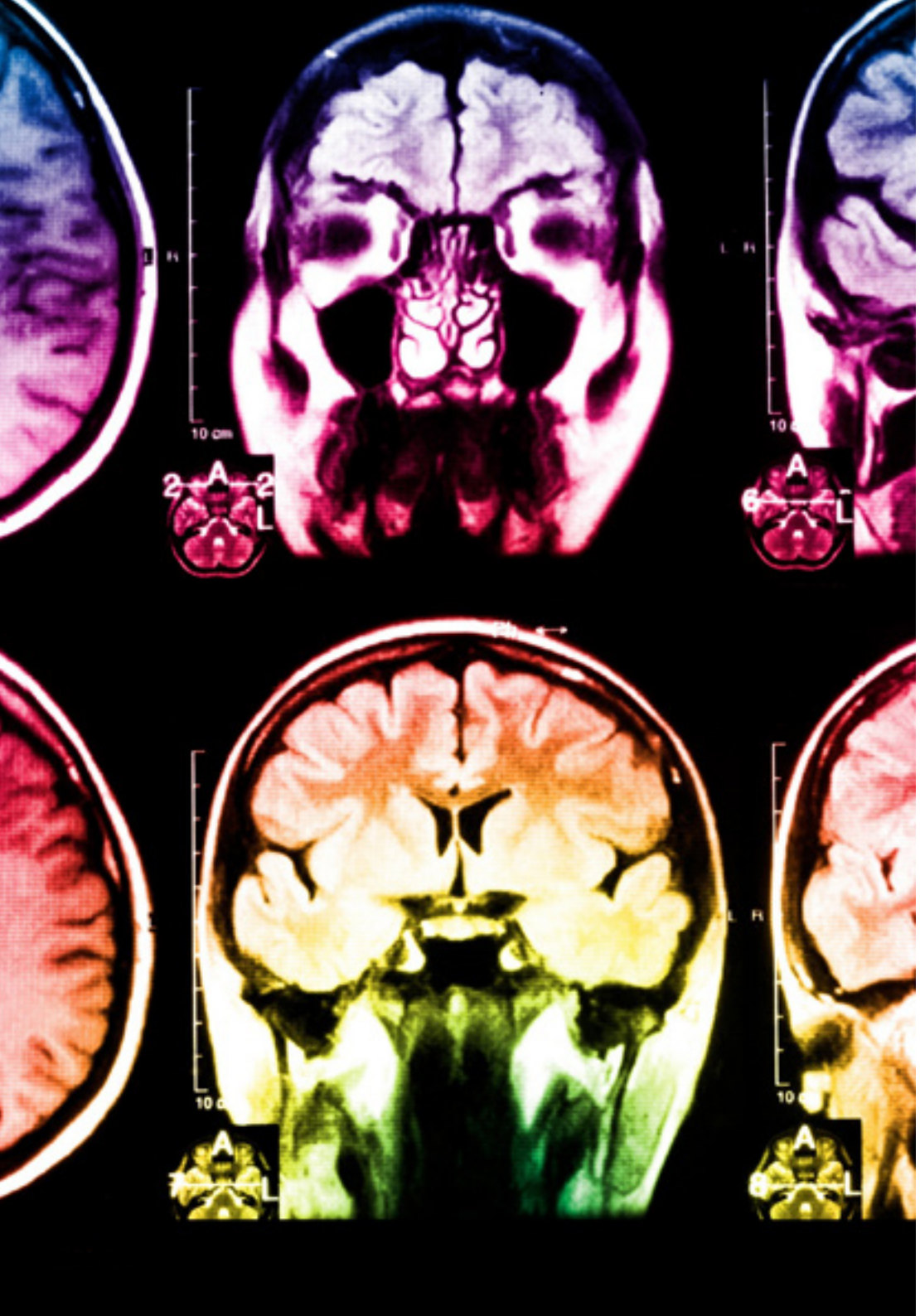
1. Nutricionistas que seguem este método não só alcançam a assimilação de conceitos, mas também desenvolvem sua capacidade mental por meio de exercícios para avaliar situações reais e aplicar seus conhecimentos.
2. O aprendizado se consolida nas habilidades práticas permitindo ao nutricionista integrar melhor o conhecimento à prática clínica.
3. A assimilação de ideias e conceitos se torna mais fácil e eficiente, graças à abordagem de situações decorrentes da realidade.
4. A sensação de eficiência do esforço investido se torna um estímulo muito importante para os alunos, o que se traduz em um maior interesse pela aprendizagem e um aumento no tempo dedicado ao curso.

Relearning Methodology

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando 8 elementos didáticos diferentes em cada aula.

Potencializamos o estudo de caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

O nutricionista aprenderá através de casos reais e da resolução de situações complexas em ambientes simulados de aprendizagem. Estes simulados são realizados através de software de última geração para facilitar a aprendizagem imersiva.



Na vanguarda da pedagogia mundial, o método Relearning conseguiu melhorar os níveis de satisfação geral dos profissionais que concluíram seus estudos, com relação aos indicadores de qualidade da melhor universidade online do mundo (Universidade de Columbia).

Através desta metodologia, mais de 45.000 Nutrição se capacitaram, com um sucesso sem precedentes, em todas as especialidades clínicas independente da carga cirúrgica. Nossa metodologia de ensino é desenvolvida em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning permite aprender com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais na sua capacitação, desenvolvendo seu espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões, ou seja, uma equação de sucesso.

No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concentrada.

A nota geral do sistema de aprendizagem da TECH é de 8,01, de acordo com os mais altos padrões internacionais.

Este programa oferece o melhor material educacional, preparado cuidadosamente para os profissionais:

Material de estudo

O conteúdo didático foi elaborado especialmente para este curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que permite que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso com as técnicas mais inovadoras e oferecendo alta qualidade em todo o material que colocamos à disposição do aluno.

Técnicas e procedimentos de nutrição em vídeo

A TECH aproxima o aluno dos últimos avanços educacionais e da vanguarda das técnicas e procedimentos de aconselhamento nutricional atuais. Tudo isso com o máximo rigor, explicado e detalhado para contribuir para a assimilação e compreensão do aluno. E o melhor de tudo: você poderá assistir as aulas quantas vezes quiser.

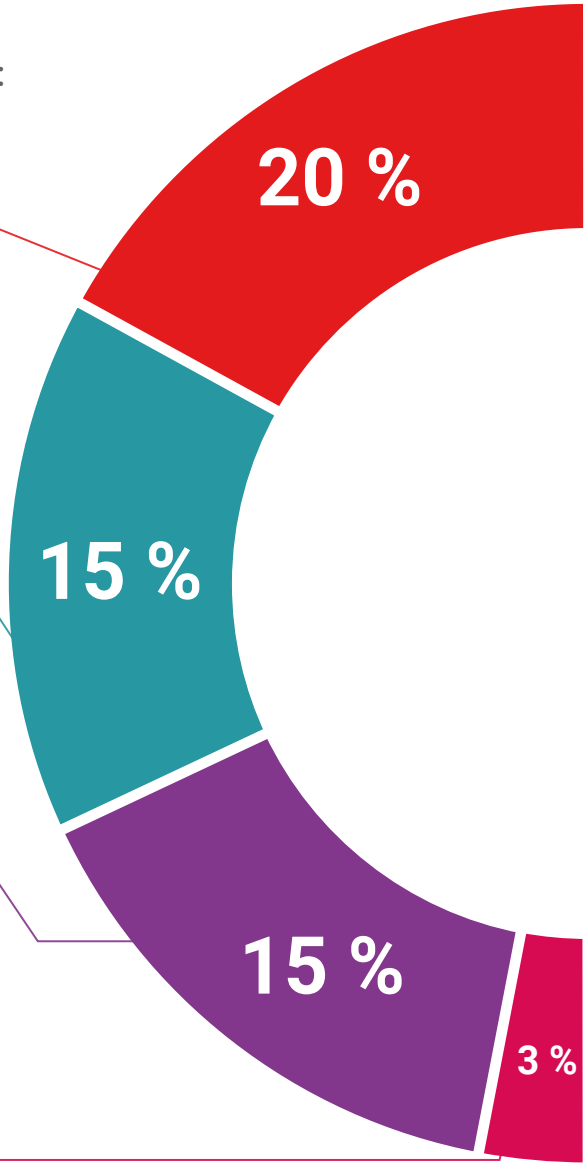
Resumos interativos

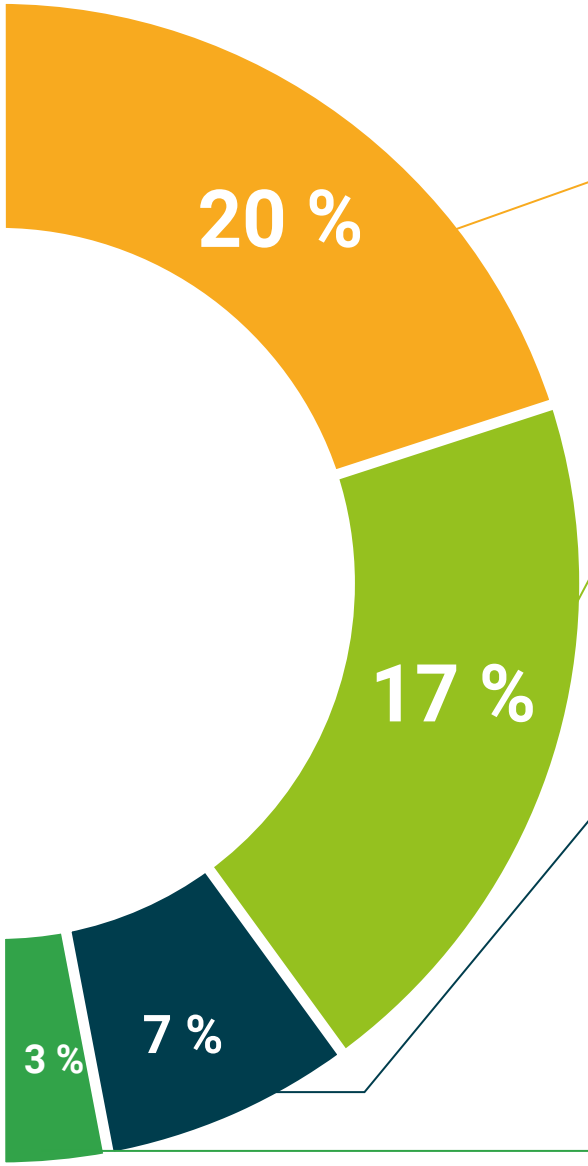
A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica, através de sessões multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

Este sistema único de capacitação através da apresentação de conteúdo multimídia, foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa"

Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar a sua capacitação.





Estudos de casos elaborados e orientados por especialistas

A aprendizagem efetiva deve ser, necessariamente, contextual. Portanto, na TECH, apresentamos casos reais em que o especialista guia o aluno através do desenvolvimento da atenção e da resolução de diferentes situações: uma forma clara e direta de alcançar o mais alto grau de compreensão.

Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto avaliação para que ele possa comprovar que está alcançando seus objetivos.

Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O chamado "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro.

Guias rápidos de ação

A TECH oferece o conteúdo mais relevante do curso em formato de fichas de trabalho ou guias rápidos de ação. Uma forma sintetizada, prática e eficaz de ajudar os alunos a progredirem na aprendizagem.

05

Certificado

O Programa Avançado de Marketing e Gestão de Negócios na Indústria de Alimentos garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Programa Avançado emitido pela TECH Universidade Tecnológica.

Conclua este programa de estudos com sucesso e receba o seu certificado sem sair de casa e sem burocracias"

Este **Programa Avançado de Marketing e Gestão de Negócios na Indústria de Alimentos** conta com o conteúdo científico mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de **Programa Avançado** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica.**

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Programa Avançado, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Programa Avançado de Marketing e Gestão de Negócios na Indústria de Alimentos**

N.º de Horas Oficiais: **450h**

tech universidade tecnológica

Outorga o presente

CERTIFICADO

a

Sr./Sra. _____, com documento de identidade nº _____

por ter concluído e aprovado com sucesso o

PROGRAMA AVANÇADO

de

Marketing e Gestão de Negócios na Indústria de Alimentos

Este é um curso próprio desta Universidade, com duração de 450 horas, com data de início dd/mm/aaaa e data final dd/mm/aaaaa.

A TECH é uma Instituição Privada de Ensino Superior reconhecida pelo Ministério da Educação Pública em 28 de junho de 2018.

Em 17 de junho de 2020

Ma.Tere Guevara Navarro
Reitora

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

tech universidade tecnológica

Programa Avançado
Marketing e Gestão de Negócios na Indústria de Alimentos

- Modalidade: **online**
- Duração: **6 meses**
- Certificado: **TECH Universidade Tecnológica**
- Dedicação: **16 horas/semana**
- Horário: **em seu próprio ritmo**
- Exames: **online**

Programa Avançado

Marketing e Gestão de Negócios na Indústria de Alimentos

tech universidade tecnológica