

Curso Universitario

Marketing en la Industria Alimentaria





Curso Universitario

Marketing en la Industria Alimentaria

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 semanas
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Acreditación: 6 ECTS
- » Dedicación: 16h/semana
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/nutricion/curso-universitario/marketing-industria-alimentaria

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estructura y contenido

pág. 12

04

Metodología

pág. 16

05

Titulación

pág. 24

01

Presentación

El comercio electrónico, las redes sociales y la analítica de datos son elementos que han ayudado a que el área de Marketing de las empresas pueda implementar sus estrategias de manera óptima y llegar a más mercados. En el caso de la Industria Alimentaria, las alternativas que se apliquen para mejorar el posicionamiento y aumentar las ventas de los productos que se promocionen, deben realizarse por expertos que tengan un panorama muy concreto de las necesidades del consumidor. Con esto en mente, TECH ha diseñado esta titulación con el objetivo de dotar a los participantes con una visión amplia de las condiciones actuales del mercado de alimentos y el comportamiento del consumidor. Todo esto, de manera 100% online, beneficio que les permitirá tener mayor control sobre su tiempo.



“

¿Quieres ser parte de los mejores profesionales en la Industria Alimentaria? Inicia este programa y lograrás hacerlo en corto tiempo”

En un mercado altamente competitivo, las empresas necesitan profesionales capacitados en el Marketing, puesto que estos crearán estrategias efectivas que satisfagan las necesidades de los consumidores y permitan crecer a la empresa dentro de la Industria. Por eso, con este Curso Universitario se busca solventar esa demanda y capacitar a los participantes con las herramientas necesarias para que puedan hacer frente a los retos de este sector.

Durante el programa, los estudiantes tendrán la oportunidad de conocer los conceptos más importantes sobre el Marketing y desarrollar habilidades avanzadas para aplicar estrategias óptimas. Además, se estudiarán aspectos relacionados a la segmentación de mercado y la elaboración de campañas publicitarias efectivas, con la finalidad de que el alumno conozca a profundidad las características de compra de su público objetivo y enfocar esfuerzos a cumplir con las necesidades de este.

Asimismo, los estudiantes aprenderán sobre los aspectos sociales que influyen en la decisión de consumo, elemento que le permitirá aplicar con mayor facilidad la estrategia correcta al segmento de mercado que se ha definido. Con esto, los estudiantes fortalecerán sus habilidades y lograrán adaptarse a los cambios que se presente dentro de la Industria Alimentaria.

Este programa se imparte mediante la metodología innovadora del *Relearning*, que permite el estudio en línea al 100%, brindando a los estudiantes la flexibilidad de estudiar desde cualquier lugar y en el horario que mejor les convenga. Además, los alumnos tendrán acceso a recursos multimedia las 24 horas del día, lo que les facilitará estudiar a su propio ritmo. Además, a través del análisis de casos prácticos, los estudiantes desarrollarán habilidades resolutivas al enfrentarse a situaciones simuladas en un entorno realista.

Este **Curso Universitario en Marketing en la Industria Alimentaria** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Marketing en la Industria Alimentaria
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- ♦ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Un Curso Universitario que te permitirá destacar a nivel profesional dentro de la Industria Alimentaria”

“

A tu propio ritmo aprende las técnicas más eficientes para comprender el comportamiento del consumidor y así, realizar estrategias que atiendan sus necesidades”

El programa incluye en su cuadro docente a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

La metodología Relearning será tu mejor aliada para que puedas afianzar con mayor dominio los conceptos de Marketing.

Los recursos multimedia de este programa te permitirán experimentar un aprendizaje dinámico y completo.



02 Objetivos

El objetivo principal de este programa educativo es proporcionar a los estudiantes las últimas novedades en la Industria Alimentaria, dotándolos con un conocimiento profundo sobre los aspectos prácticos para realizar una campaña de Marketing enfocada a la Industria Alimentaria. De esta manera, nuestros alumnos estarán capacitados para diseñar estrategias que mejoren el posicionamiento de la empresa y atiendan a las necesidades del consumidor. Todo esto se logrará a través del estudio de contenidos multimedia que fortalecerán las habilidades de nuestros estudiantes en esta área.





“

Explora las mejores prácticas en Marketing de alimentos saludables y sostenibles, con la finalidad de adaptar tu estrategia a las tendencias actuales del mercado”



Objetivos generales

- Controlar los aspectos matemáticos, estadístico y económicos que envuelven a las empresas alimentarias
- Analizar las tendencias en la producción y consumo de alimentos
- Valorar y reconocer la importancia sanitaria y preventiva de los programas de limpieza, desinfección, desinsectación y desratización en la cadena alimentaria
- Asesorar científica y técnicamente sobre los productos alimenticios y el desarrollo de los mismos





Objetivos específicos

- Conocer y comprender los conceptos, las herramientas y la lógica del marketing como actividad empresarial inherente a la producción de alimentos
- Aprender a tomar decisiones relacionadas con la comercialización de productos tales como la búsqueda de oportunidades de marketing, el diseño de estrategias y las acciones necesarias para comercializar alimentos con éxito
- Conocer los procedimientos de análisis del mercado y el comportamiento de los consumidores para asesorar a las empresas en el desarrollo de nuevos alimentos
- Diseño y aplicación de diferentes test producto aplicado a los alimentos para predecir el comportamiento de la población destino



Prepárate con este Curso Universitario e impulsa tu carrera en el emocionante mundo del Marketing dentro de la industria alimentaria”



03

Estructura y contenido

El plan de estudios de este Curso Universitario ha sido creado por expertos de gran trayectoria en la Industria Alimentaria, con el objetivo de ofrecer a nuestros estudiantes una educación de primera clase. Así, los participantes tendrán la oportunidad de adquirir conocimientos especializados en la creación de estrategias de Marketing y en la investigación de los mercados y sus consumidores. Esto se logrará a través del estudio de recursos multimedia y el análisis de casos prácticos, lo que permitirá a nuestros alumnos desarrollar habilidades profesionales sobresalientes en este campo.



“

Diseña las mejores estrategias de marketing para destacar en la industria alimentaria y conquistar el mercado, gracias a esta titulación”

Módulo 1. Marketing y comportamiento del consumidor

- 1.1. Concepto y función del marketing en la empresa
 - 1.1.1. Concepto y Naturaleza del marketing
 - 1.1.2. El proceso de Marketing
 - 1.1.3. Mercados de la empresa
 - 1.1.4. Evolución en los enfoques del negocio hacia el mercado
 - 1.1.5. Evolución y tendencias actuales del Marketing
- 1.2. El comportamiento de los consumidores en relación a los alimentos
 - 1.2.1. Naturaleza y alcance del estudio del comportamiento del consumidor
 - 1.2.2. Factores que influyen en el comportamiento del consumidor
 - 1.2.3. El proceso de decisión de compra
 - 1.2.4. El proceso de compra organizacional
- 1.3. La investigación del mercado de los alimentos
 - 1.3.1. Concepto, objetivos y tipos de investigación en marketing
 - 1.3.2. Fuentes de información en marketing
 - 1.3.3. El proceso de investigación comercial
 - 1.3.4. Instrumentos de investigación comercial
 - 1.3.5. Mercados y clientes: la segmentación
- 1.4. Las decisiones de marketing relacionadas con los alimentos como productos comerciales
 - 1.4.1. Los alimentos como productos, características, y clasificación
 - 1.4.2. Decisiones sobre productos alimenticios
 - 1.4.3. Decisiones de marca
- 1.5. Desarrollo y comercialización de nuevos alimentos
 - 1.5.1. Estrategia de desarrollo de nuevos productos
 - 1.5.2. Etapas en el desarrollo de nuevos productos
 - 1.5.3. Gestión de un producto nuevo
 - 1.5.4. Políticas de marketing en el ciclo de vida del producto



- 1.6. Administración y políticas de fijación de precios
 - 1.6.1. Precios, aproximación al concepto
 - 1.6.2. Métodos de fijación de precios
 - 1.6.3. Estrategias de fijación de precios a productos nuevos
 - 1.6.4. Fijación de precios a un mix/cartera de productos.
 - 1.6.5. Estrategias de ajustes de precios
- 1.7. La comunicación con el mercado
 - 1.7.1. La función de las comunicaciones de marketing
 - 1.7.2. Herramientas de comunicación
 - 1.7.3. Desarrollo de una comunicación efectiva
 - 1.7.4. Factores del establecimiento del mix de comunicación
- 1.8. La distribución de alimentos
 - 1.8.1. Introducción
 - 1.8.2. Decisiones relativas al diseño del canal
 - 1.8.3. Decisiones relativas a la gestión del canal
 - 1.8.4. Integración y sistemas de canal
 - 1.8.5. Cambios en la organización del canal
- 1.9. Proceso de decisión del consumidor
 - 1.9.1. Características del estímulo y del mercado y su relación con la decisión del consumidor
 - 1.9.1.1. Decisión de compra extensiva, limitada y rutinaria
 - 1.9.1.2. Decisiones de compra de alta implicación y de baja implicación
 - 1.9.1.3. La tipología de compradores
 - 1.9.2. El reconocimiento del problema: concepto y factores influyentes
 - 1.9.3. La búsqueda de información: concepto, tipos, dimensiones y factores determinantes del proceso de búsqueda
 - 1.9.4. La evaluación de la información: los criterios de evaluación y las estrategias o reglas de decisión
 - 1.9.5. Aspectos generales de la elección de marca
 - 1.9.5.1. La elección del establecimiento
 - 1.9.5.2. Los procesos postcompra

- 1.10. La dimensión social en el proceso de compra del consumidor
 - 1.10.1. La cultura y su influencia sobre los consumidores: dimensiones, concepto, y aspectos característicos de la cultura
 - 1.10.2. El valor del consumo en las culturas occidentales
 - 1.10.2.1. Los estratos sociales y el comportamiento del consumidor: concepto, características y procedimientos de medición
 - 1.10.2.3. Los estilos de vida
 - 1.10.3. Los grupos: concepto, características y tipos de grupos
 - 1.10.3.1. La influencia de la familia en las decisiones de compra
 - 1.10.3.2. Tipos de decisiones de compra en familia y factores que inciden en el proceso de decisión familiar
 - 1.10.3.3. El ciclo de vida familiar



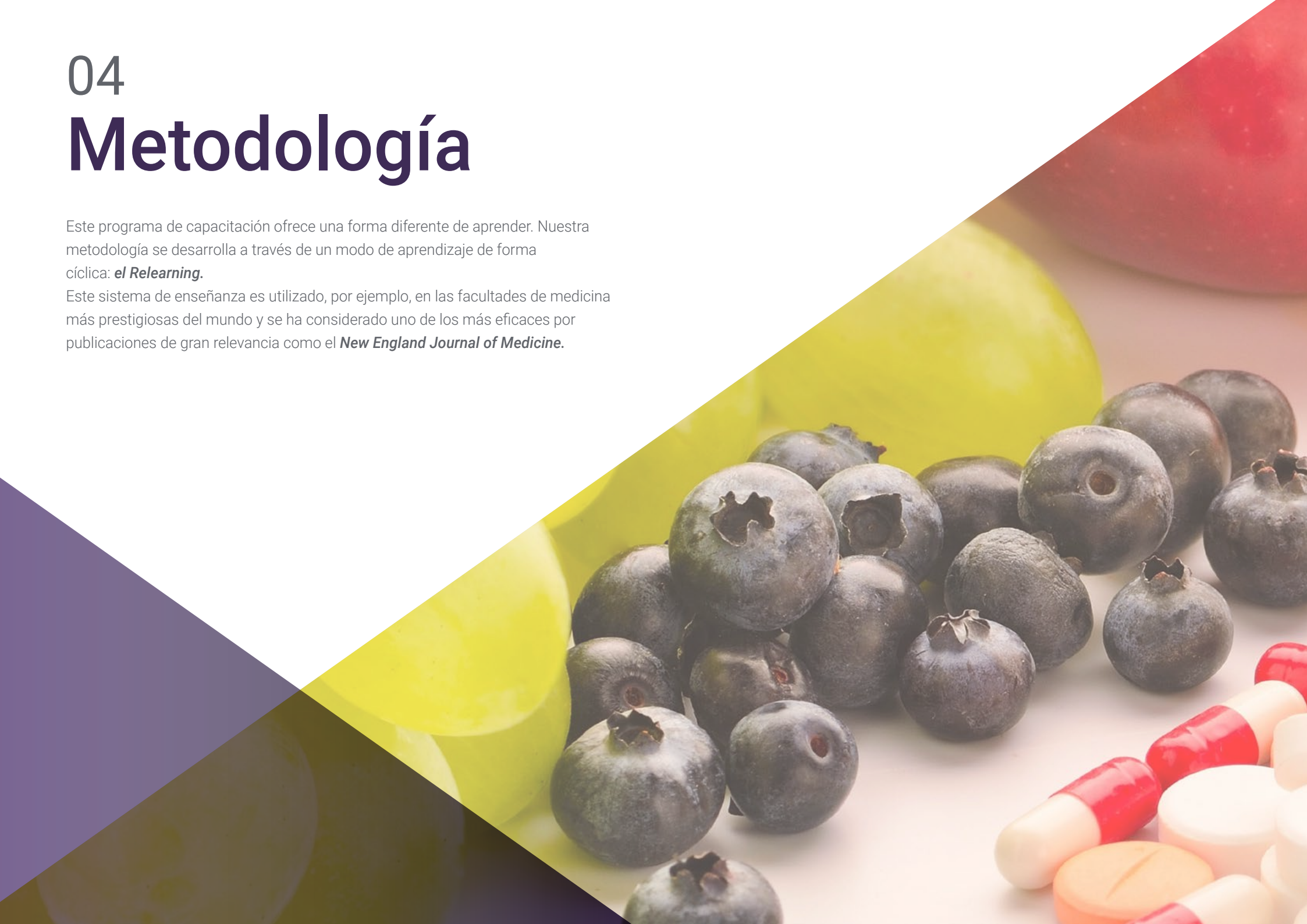
Tú tienes la motivación por crecer en tu ámbito profesional y TECH te dotará con las herramientas para que lo logres. No esperes más y comienza ya”

04

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: **el Relearning.**

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine.***





“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

En TECH empleamos el Método del Caso

Ante una determinada situación clínica, ¿qué debería hacer un profesional? A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos clínicos simulados, basados en pacientes reales en los que deberán investigar, establecer hipótesis y, finalmente, resolver la situación. Existe abundante evidencia científica sobre la eficacia del método. Los especialistas aprenden mejor, más rápido y de manera más sostenible en el tiempo.

Con TECH el nutricionista experimenta una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo.



Según el Dr. Gérvas, el caso clínico es la presentación comentada de un paciente, o grupo de pacientes, que se convierte en «caso», en un ejemplo o modelo que ilustra algún componente clínico peculiar, bien por su poder docente, bien por su singularidad o rareza. Es esencial que el caso se apoye en la vida profesional actual, intentando recrear los condicionantes reales en la práctica profesional de la nutrición.

“

¿Sabías que este método fue desarrollado en 1912, en Harvard, para los estudiantes de Derecho? El método del caso consistía en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y justificasen cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los nutricionistas que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al nutricionista una mejor integración del conocimiento en la práctica clínica.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.



Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

El nutricionista aprenderá mediante casos reales y resolución de situaciones complejas en entornos simulados de aprendizaje. Estos simulacros están desarrollados a partir de softwares de última generación que permiten facilitar el aprendizaje inmersivo.



Situado a la vanguardia pedagógica mundial, el método Relearning ha conseguido mejorar los niveles de satisfacción global de los profesionales que finalizan sus estudios, con respecto a los indicadores de calidad de la mejor universidad online en habla hispana (Universidad de Columbia).

Con esta metodología, se han capacitado más de 45.000 nutricionistas con un éxito sin precedentes en todas las especialidades clínicas con independencia de la carga en cirugía. Nuestra metodología pedagógica está desarrollada en entorno de máxima exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu capacitación, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica.

La puntuación global que obtiene el sistema de aprendizaje de TECH es de 8.01, con arreglo a los más altos estándares internacionales.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



Técnicas y procedimientos de nutrición en vídeo

TECH acerca al alumno las técnicas más novedosas, los últimos avances educativos y al primer plano de la actualidad en técnicas y procedimientos de asesoramiento nutricional. Todo esto, en primera persona, con el máximo rigor, explicado y detallado para contribuir a la asimilación y comprensión del estudiante. Y lo mejor de todo, pudiéndolo ver las veces que quiera.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo de capacitación para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Análisis de casos elaborados y guiados por expertos

El aprendizaje eficaz tiene, necesariamente, que ser contextual. Por eso, TECH presenta los desarrollos de casos reales en los que el experto guiará al alumno a través del desarrollo de la atención y la resolución de las diferentes situaciones: una manera clara y directa de conseguir el grado de comprensión más elevado.



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos. El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



05

Titulación

Este Curso Universitario en Marketing en la Industria Alimentaria garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Curso Universitario expedido por TECH Universidad Tecnológica.





Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **Curso Universitario en Marketing en la Industria Alimentaria** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Curso Universitario** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

Este título propio contribuye de forma relevante al desarrollo de la educación continua del profesional y aporta un alto valor curricular universitario a su formación, y es 100% válido en todas las Oposiciones, Carrera Profesional y Bolsas de Trabajo de cualquier Comunidad Autónoma española.

Título: **Curso Universitario en Marketing en la Industria Alimentaria**

ECTS: **6**

N.º Horas Oficiales: **150 h.**



*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Curso Universitario

Marketing en la Industria Alimentaria

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 semanas
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Acreditación: 6 ECTS
- » Dedicación: 16h/semana
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Curso Universitario

Marketing en la Industria Alimentaria

