

# Curso Universitario

## Marketing en la Industria Alimentaria





## Curso Universitario

### Marketing en la Industria Alimentaria

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 semanas
- » Titulación: TECH Universidad
- » Acreditación: 6 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: [www.techtitute.com/nutricion/curso-universitario/marketing-industria-alimentaria](http://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 de estudio

---

*pág. 16*

05

Titulación

---

*pág. 26*

# 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 universitario 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 de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intenso y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

*TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”*

## El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo  
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



## Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

*El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”*

## Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



## Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

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



## Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



*La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”*

### La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos 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 alumno una mejor integración en el mundo real.
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.

## La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

*Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.*

*Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.*



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



#### 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 que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



#### Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



#### Resúmenes interactivos

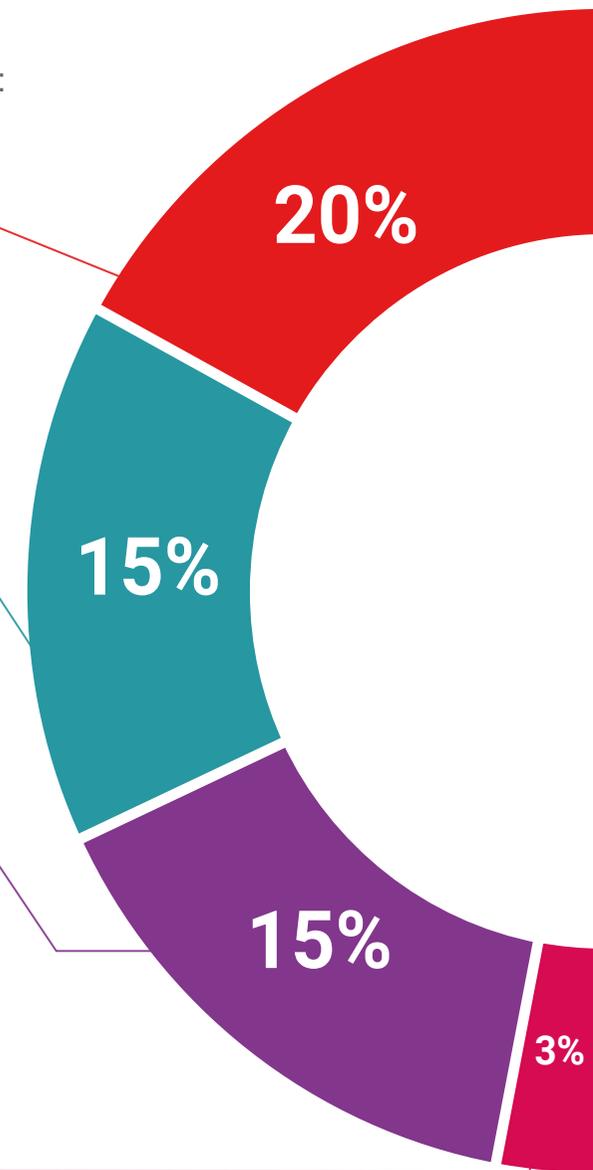
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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



#### Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





#### Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



#### Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



#### 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 nuestras 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 programa 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.



“

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

Este programa te permitirá obtener el título de **Curso Universitario en Marketing en la Industria Alimentaria** emitido por TECH Universidad.

TECH es una Universidad española oficial, que forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Con un enfoque centrado en la excelencia académica y la calidad universitaria a través de la tecnología.

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

Además, el riguroso sistema de garantía de calidad de TECH asegura que cada título otorgado cumpla con los más altos estándares académicos, brindándole al egresado la confianza y la credibilidad que necesita para destacarse en su carrera profesional.

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

Modalidad: **online**

Duración: **6 semanas**

Acreditación: **6 ECTS**





## Curso Universitario

Marketing en la Industria  
Alimentaria

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 semanas
- » Titulación: TECH Universidad
- » Acreditación: 6 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

# Curso Universitario

## Marketing en la Industria Alimentaria

